

العلاقات العامة والصورة الذهنية

الدكتور

ناهض فاضل زيدان الجواري



سلسلة بحوث



العلاقات العامة والصورة الذهنية

العلاقات العامة والصورة الذهنية

سلسلة بحوث

تأليف

الدكتور ناهض فاضل زيدان الجواري

الطبعة الأولى

2016م



دار امجد للنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2015/12/5736)

659.2

الجواري، ناهض فاضل

العلاقات العامة والصورة الذهنية/ ناهض فاضل الجواري. - عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2015.

() ص

ر.إ: 2015/12/5736

الواصفات: / العلاقات العامة // التسويق /

ردمك: ISBN:978-9957-99-271-2

© Copyright

جميع الحقوق محفوظة: لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر.

All rights reserved. NO Part of this book may be reproduced, stored in aretrival system, or transmitted in any form or by any means, without prior permission in writing of the publisher.

دار أمجد للنشر والتوزيع

جوال : ٠٠٩٦٢٧٩٦٩١٤٦٣٢
هاتف : ٠٠٩٦٢٦ ٤٦٥٢٢٧٢
فاكس : ٠٠٩٦٢٦ ٤٦٥٢٢٧٢
٠٠٩٦٢٧٩٦٨٠٣٦٧٠

dar.almajd@hotmail.com

dar.amjad2014dp@yahoo.com

عمان - الأردن - وسط البلد - مجمع الفجيس - الطابق الثالث



تقديم

تعد العلاقات العامة من الاماط الاتصالية المهمة التي تسعى المؤسسات بمختلف انشطتها وتوجهاتها وبرامجها لاستعمالها بشكل دائم بهدف رسم او بناء او تشكيل او تغيير الصورة الذهنية وازالة عوامل سوء الفهم بين المؤسسات وجمهورها لداخلي والخارجي لان المؤسسات بحاجة الى ان تكون صورتها حسنة او على الاقل مقبولة في اذهان جمهورها لكي تضمن استمرار تعامل الجمهور معها والتعرض والتعامل مع السلع والخدمات التي تقدمها وحثهم على التواصل معها لكي لا يتركوا المؤسسة ويتعاملوا مع مؤسسات اخرى قريبه او بعيدة عن نشاط تلك المؤسسة الاولى التي كان الجمهور يتعامل معها لذلك تحتاج المؤسسات ان تكون حاضره على الدوام امام الجمهور وذلك بان تضعه بشكل دائم في حساباتها وذلك من خلال اعداد البرامج الخاصة بالمحافظة على الصورة الذهنية للمؤسسة لان المهم في تلك البرامج هو المحافظة على تلك الصورة وعدم الاكتفاء ببنائها او رسمها لأنها اي الصورة الذهنية قابله للرسم وقابله للتغير لذلك يجب دائما العمل على ادامة الصلة مع الجمهور للمحافظة على تلك الصورة.

يتناول هذا الكتاب مجموعه من البحوث في مجال العلاقات العامة والصورة الذهنية ونظريات العلاقات العامة وادارة الازمات وقد اخذ الكاتب بنظر الاعتبار ان تكون الفائدة من هذا الكتاب للمستفيدين والباحثين والمهتمين في مجال العلاقات العامة حيث ان كل من هذه البحوث المنتقاة بدقه يحتوي على القضايا الأساسية في اي بحث علمي وهي الجانب المنهجي والجانب النظري والجانب التطبيقي الذي يعالج دراسة حالات مختلفة اراد الباحث يجمعها في كتاب يكون في متناول اليد املا ان يساهم ولو بشيء بسيط في ايضاح بعض الحقائق وازالة الغموض عن بعض المفاهيم في مجال العلاقات العامة

وبعض القضايا التي تدرس والتي يكثر فيها الجدل ووجهات النظر وقد تناول هذا الكتاب ستة فصول كل فصل مستقلا عن الآخر كموضوع منفصل جمعها الكتاب.

المؤلف

الفصل الأول
صورة العراقي في المانيا
دراسه ميدانيه

المقدمة

يؤدي نشاط العلاقات العامة دورا كبير في تكوين انطباعات وتصورات عن الأشخاص والأشياء أو الدول وذلك من خلال تركيز ذلك النشاط على جانب معين ليرسخه في أذهان من يوجه لهم ذلك النشاط وبناء على ذلك فإن الجمهور وفي كثير من الأحيان تكون لديه صورة عن الأحداث أو الدول أو الأشخاص نتيجة ما نقلته له أدوات أو وسائل الاتصال وبالتالي فإن تلك الوسائل هي التي تتحكم في تكوين الصورة لدى الجمهور وهي عادة الصورة التي تهدف تلك الوسائل إلى تكوينها وليست بالضرورة أن تكون تلك الصورة "حقيقية" هذا البحث يركز على صورة العراقي في ألمانيا، حيث اتاحت للباحث فرصة السفر إلى ألمانيا لمدة ثلاثة أشهر ووجد الباحث أن هناك تصورا غير حقيقياً وصورة مشوهة عن العراقي لدى الألمان مما دفعه إلى كتابة هذا البحث وقد واجهت الباحث صعوبات كثيرة حيث تعين عليه إعداد استمارة استبانة باللغة العربية ومن ثم ترجمتها إلى الألمانية، وتعين أيضاً أن تكون تلك الاستمارة مقتضبة جداً لضمان الحصول على إجابات دقيقة وواضحة، بالإضافة إلى صعوبة توزيع الاستمارة، حيث تم الاستعانة ببعض الطلبة من القطر المغربي لتوزيع تلك الاستمارة على عدد من الطلبة الألمان حيث قام هؤلاء بأخذ الاستمارة وتوزيعها بعد تقسيمهم إلى مجاميع.

ومن ثم جمعها وتحويل الإجابات مرة أخرى من الألمانية إلى العربية. حيث كانت عملية شاقة جداً ولولا المساعدة الكثيرة التي وجدها الباحث وبخاصة في مجال الترجمة وتوزيع الاستمارة لما استطاع إعداد هذا البحث، ولا يفوتني إلا أن أتوجه بشكري إلى الأستاذ الدكتور، معمر من القطر المغربي الشقيق، الذي ساعدني كثيراً في إعداد الاستمارة وترجمتها وتوزيعها وكذلك كل الطلبة من المغرب وكذلك الطلبة الألمان في كل المناطق الألمانية التي تم توزيع الاستمارة بها إليهم جميعاً أوجه شكري وتقديري.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث: أن مشكلة البحث هي عبارة عن سؤال مطروح يجب على الباحث الإجابة عنه في نهاية البحث ⁽¹⁾ وصيغت مشكلة البحث على شكل سؤال وكما يلي:

هل هناك تصور عن المواطن العراقي في ألمانيا ؟

كيف هو هذا التصور ؟

كيف تكون ؟

هل هو حسن أم سيء ؟

ايجابي أم سلبي ؟

حقيقي أم مشوه ؟

ثانياً:- فرضيات البحث : هي حلول مؤقتة أو أولية يجري اختبارها بأساليب ووسائل ومن خلال الدراسة يتضح فيما إذا كانت تلك الفرضيات صحيحة أو منافية للحقيقة ⁽²⁾ .

وقد افترض الباحث أن صورة العراقي في ألمانيا صورة مشوهة وغير حقيقية وقد كونت وسائل الإعلام تلك الصورة من خلال:

1- عرضها حرق مؤسسات الدولة والمال العام

2- السرقة والسلب والنهب

3- اختطاف وقتل الأجانب، مما كون هذا الانطباع السيئ

ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث العلمي إلى إيجاد حل لمشكلة البحث ⁽³⁾ ويهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على الصورة الحقيقية للمواطن العراقي تلك الصورة التي عملت وسائل الإعلام على

تشويها والعمل على رسم صورة حقيقية ومحاولة تغير الصورة الموجودة حاليا وديمومتها من خلال عدد من الاجراءات والأساليب.

رابعاً: - أهمية البحث:-

تأتي أهمية البحث العلمي من خلال المشاكل التي يتصدى لها ⁽⁴⁾ وكذلك مقدار الفائدة التي يقدمها للمجتمع وللبحث العلمي وتأتي أهمية هذا البحث من اتجاهين:-

- 1- قلة البحوث في مجال الصورة
- 2- خامساً: الابتعاد عن النمطية التقليدية في بحوث العلاقات العامة.

خامساً :- منهج البحث :-

ان اختيار الباحث لمنهج البحث هو خطوة أساسية من خطوات البحث العلمي والمنهج هو الطريق الذي يحتذى به للوصول إلى حل مشكلة البحث والبرهنة على فرضيته ⁽⁵⁾، وهو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتحليل أفكاره وتنظيمها وعرضها للوصول في النهاية إلى حلول ونتائج مقبولة حول الظاهرة موضوع البحث ⁽⁶⁾ ويعتبر هذا البحث من البحوث الاستطلاعية حيث يهتم بدراسة استطلاع آراء عدد من الألمان تجاه حالة معينة.

سادساً :- طرائق البحث العلمي ((وسائل جمع المعلومات)):-

لقد إستعمل الباحث عدد من طرائق البحث العلمي من اجل الوصول لحل مشكلة البحث والبرهنة على فرضيته وكما يلي:-

- 1- **الملاحظة:-** وهي من طرائق البحث العلمي التي تساعد الباحث في كثير من الأحيان في تحديد مشكلة البحث بشكل دقيق ⁽⁷⁾ وتعد الملاحظة إحدى وسائل جمع المعلومات والخاصة بسلوكيات الإنسان وموقفه تجاه الأشخاص أو الأشياء وكذلك تحديد مشاعره تجاهها، وهي تعطي معلومات لا يمكن الحصول عليها بالطرائق الأخرى ⁽⁸⁾، وهي عبارة عن عملية تفاعل بين شخصين احدهما الباحث والآخر الذي تجري عليه

الملاحظة وهي أيضا عبارة عن مراقبة لسلوك الفرد وقد استعمل الباحث الملاحظة لمراقبة سلوك الألمان وكان لها دور كبير في اختيار موضوع البحث وتحديد مشكلته بشكل دقيق حيث تم الاستعانة بالملاحظة البسيطة والملاحظة المنظمة.

2- الاستبانة:- هي أسئلة مكتوبة تعد بقصد الحصول على معلومات من عدد من الأشخاص وهي وسيلة لجمع المعلومات وتتضمن عدد من الأسئلة تتطلب من المبحوث الإجابة عليها بطريقة يعدها الباحث⁽⁹⁾ وقد اعد الباحث استبانة استبيان مكونة من احد عشر سؤالاً وكانت محددة ودقيقة تدور حول مشكلة البحث فقط وقد تم أعداد 286 استبانة وزعت في عشرة مدن ألمانية هي بون، برلين، دورمتوند، شتوتكارت، كاسل، فرانكفورت، منستر، ودوسلدورف، بوخوم، هامبورغ. ووزعت الاستثمارات بواقع 28 استبانة في كل مدينة باستثناء المدن الكبرى وزعت 30 استبانة في برلين، 30 في فرانكفورت، 30 في هامبورغ، ووزعت بواقع 7 استثمارات لموظفي الحكومة، 7 استثمارات لموظفين في شركات غير حكومية، 7 استثمارات للمتقاعدين، 7 استثمارات أعمال أخرى "شخصية".

وقد عادت جميع الاستثمارات وبعد فحصها استبعدت 6 استثمارات لان إجابتها كانت مرتبكة وبقية 280 استبانة صالحه للتحليل حيث تم تحليلها باستخدام أسلوب النسبة المئوية. انظر مخطط رقم (1)

يبين إعداد الاستثمارات الموزعه والعائدة والمستوفية.

مخطط رقم (1)

يبين أعداد الاستثمارات الموزعة والعائدة و المستوفية

المدينة	الاستثمار الموزعة	العائدة	المستوفية
برلين	30	30	29
فرانكفورت	30	30	28
هامبورغ	30	30	28
بون	28	28	28
منستر	28	28	28
دورتموند	28	28	27
شتوتغارت	28	28	28
كاسل	28	28	28
دوسلدورف	28	28	28
بوخوم	28	28	28
المجموع	286	286	280

3-اختيار عينة البحث:- العينة هي ((فئة تمثل مجتمع البحث وهي مجموعة جزئية من

المجتمع موضوع البحث))⁽¹⁰⁾ أن اختيار العينة التي تمثل مجتمع البحث تمثيلا حقيقيا

ودقيقا يعد خطوة أخرى مكملية للبحث العلمي لان حسن اختيار العينة يؤدي بالنهاية

إلى الحصول على إجابات دقيقة تؤدي إلى حل مشكلة البحث وتحقيق هدفه، وقد اختار

الباحث العينة الحصصية (عينة الفئات) "وفائدتها انه يقوم الباحث باختيار العينة بنفسه دون أن يلتزم بأية شروط"⁽¹¹⁾.

وقد تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى فئات أو شرائح بالإضافة إلى اختيار العدد المطلوب من كل فئة من الفئات وفي عدد من مناطق ألمانيا الشرقية والغربية بحيث تكون تلك العينة ممثلة للمجتمع الألماني قدر الامكان.

المبحث الثاني : الصور الذهنية إطار نظري

معنى مصطلح الصورة الذهنية وتاريخها

يتكون مصطلح الصورة الذهنية من كلمتين هما الصورة والذهنية، فالصورة تعني ظاهر الشيء وحقيقته وشكله الذي يتميز به⁽¹²⁾، أما كلمة الذهنية فهي تشير إلى الذهن أي العقل والفهم، أي فهم الشيء وتصوره⁽¹³⁾ ويعادل مصطلح الصورة الذهنية في اللغة الإنكليزية كلمة Image وهي مشتقة من

الكلمة اللاتينية Imago التي تعني Picture..

مع بداية النصف الثاني من القرن الماضي بدء استخدام مصطلح الصورة الذهنية Image وذلك عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الأمريكية، وقد كان لظهور كتاب "تطوير صورة المنشأة" للكاتب الأمريكي لي برسيتول Lee Bristol في عام 1960 اثر كبير في نشر مفهوم الصورة⁽¹⁴⁾.

ومنذ ذلك الوقت اهتمت ادارات العلاقات العامة بالدراسات والبحوث وإجراء الاستطلاعات الخاصة بالصورة الذهنية وذلك نتيجة الاهتمام المتزايد لتقديم صورة أفضل عن المؤسسات أو الأشياء والأشخاص إلى الجمهور حيث تعمل تلك الإدارات على "هندسة الرأي لدى عامة الناس"⁽¹⁵⁾ وذلك من خلال العلاقات العامة والأعلام حيث تلعب دورا فاعلا في توجيه رأي العامة بقبول أو رفض فكرة بعينها وذلك من خلال الصورة التي تنقلها تلك الإدارات.

تعريف الصورة الذهنية:-

وردت تعريفات عديدة عن الصورة الذهنية جميعها تؤكد على أن الصورة عادة تتكون من خلال ما يراه أو يسمعه أو من خلال التجربة والتنشئة وبالتالي يتصرف الشخص تجاه الأشخاص أو الأشياء وفقا للتصور الذهني الموجود لديه ومن تلك التعريفات، ورد تعريف كلمة Image في قاموس وبستر الدولي في طبعته الثانية وردت بأنها تشير إلى التقدم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية، وهي أيضا استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو الشم أو التذوق⁽¹⁶⁾.

وهناك من يعرفها بأنها "تعبير يستخدم لوصف مجموعة المعتقدات التي يحملها الفرد عن شيء معين"⁽¹⁷⁾. ويعرفها جفكينز "بأنها الانطباع الصحيح والحقيقي". إلا إنها الانطباع الذي تكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحا أم لا.

أهمية الصورة الذهنية في العلاقات العامة:-

منذ ظهور العلاقات العامة كمفهوم وكأسلوب ممارسة فإن الهدف الأساسي لها هو تكوين صورة ذهنية والمحافظة على تلك الصورة وتحسينها وديمومتها على الدوام سواء أكانت تلك الصورة خاصة بمؤسسة أو شخص أو دولة كما هو الحال في موضوع البحث.

وكل ما تقوم به العلاقات العامة من خلال استخدام عدد من الأساليب والممارسات ينصب لتحقيق هذا الهدف، وتقوم العديد من الدول بإنفاق ملايين الدولارات سنويا لتكوين صورة مخطط لها ترغب في تكوينها سواء لدى مواطنيها أو مواطني دول أخرى وذلك باستخدام عدد من الرسائل والرموز الصورية⁽¹⁸⁾ ولكن في بعض الأحيان تقوم وسائل الإعلام ضمن أساليبها في التأثير بصياغة الواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي للجمهور ونقصد بالواقع هنا هو ذلك الجزء الذي تعتمد تلك الوسائل إن

تقدمه وتفرضه على الجمهور بحيث يبدو ممثلاً للواقع، كما هو الحال في موضوع صورة العراقي التي حاولت بعض وسائل الأعلام تكوينها لدى المواطن الألماني مما يتطلب من تلك الدول ومنها العراق القيام بعدد من الوسائل والإجراءات لمخاطبة المواطن الغربي بأسلوب واضح ومفهوم لتحسين صورة مواطنيها هناك والعمل على إدامة تلك الصورة في المستقبل لكي لا تتعرض إلى التشويه من جهه وتكوين الصورة المثلى عن تلك الدول من جهة أخرى وقد أوضح جفكينز أنواع الصورة الذهنية وفقاً لما يلي:-

- 1- الصورة المرآة:- وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
- 2- الصورة الحالية:- وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- 3- الصورة المرغوبة:- وهي الصورة التي تود المؤسسة تكوينها لنفسها في أذهان الجماهير.
- 4- الصورة المثلى:- وهي امثل صورة يمكن أن تحققها المؤسسة.
- 5- الصورة المتعددة:- وهي الصورة التي تتكون عندما يتعرض الأفراد ممثلين مختلفين للمنشأة بحيث يعطي كل واحد منهم انطبعا مختلفاً⁽¹⁹⁾ على انه ما ينطبق على المؤسسة أو المنشأة هنا فيما يتعلق بأنواع الصورة ينطبق على الفرد والدولة في تكوين الصورة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

يتضح من خلال تفريغ استمارات الاستبانة النتائج الآتية،السؤال الاول يتعلق بنسبة الذكور والإناث
يتضح ان نسبة الذكور 64,3 % ونسبة الإناث 35,7 % كما هو موضح في جدول رقم (1).

جدول رقم (1)

يبين أعداد الذكور والإناث الذين أجابوا على استمارة الاستبانة

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	180	% 64.3
إناث	100	% 35.7

أما السؤال الثاني فيتعلق بنوع العمل الذي يمارسه المواطن الألماني وتم توزيعه بحيث يشمل 25 %
قطاع حكومي، 25 % مؤسسات يملكها أشخاص من غير الألمان ولكن العاملون فيها هم من ألمانيا، أما
الأعمال الحرة فهي 25 % ونقصد بها الأعمال التي يمارسها الشخص "الأعمال الفردية " التي لا ترتبط
بالقطاع الحكومي أو قطاع الشركات أي الأعمال الفردية الخدمية كما موضح في جدول رقم(2).

جدول رقم (2)

يبين قطاع العمل للأشخاص الذين أجابوا على استمارة الاستبانة

قطاع العمل	التكرار	النسبة المئوية
قطاع حكومي	70	25 %
مؤسسات وشركات غير حكومية	70	25 %
أعمال حرة	70	25 %
متقاعد	70	25 %

أما نسبة المتقاعدين فهي 25 % ويلاحظ إننا وزعنا الاستثمارات على كل قطاعات الشعب وبشكل متساوي بحيث تكون الإجابات شاملة تعبر عن وجهه نظر المجتمع في كل قطاعاته التي هي في النهاية تعبر عن صورة حقيقية لتصورات المواطن الألماني.

إما السؤال الثالث فقد كان أكثر تحديدا في ممارسة العمل أي المهنة التي يقوم بها المواطن حيث شملت 10,7 % طبيب، 14.2 % مهندس، 12.9 % محامي، 29.3 % موظف تقني، 23.2 % موظف إداري، 9.7 % خدمني كما هو موضح في جدول رقم (3).

جدول رقم (3)

يبين نوع العمل للأشخاص الذين أجابوا على استمارة الاستبانة

نوع العمل	التكرار	النسبة المئوية
طبيب	30	10.7 %
مهندس	40	14.2 %
محامي	36	12.9 %
موظف تقني	82	29.3 %
موظف إداري	65	23.2 %
خدمي	27	9.7 %

أما السؤال الرابع فكان عن التعرض لوسائل الإعلام والاتصال، فكانت النسبة 100 % بنعم أي أن الجميع يتعرض لوسائل الإعلام والاتصال وبالتالي فإن تلك الوسائل تسهم بالتأكيد في تكوين انطباعات وتصورات عن المجتمعات والدول، انظر الجدول رقم (4).

جدول رقم (4)

يبين مدى التعرض لوسائل الإعلام والاتصال للأشخاص الذين أجابوا على استمارة الاستبانة

التعرض	التكرار	النسبة المئوية
يتعرض	280	100 %
لا يتعرض	صفر	صفر

أما السؤال الخامس فكان عن الوسائل التي يتعرض لها فكانت الإجابات كما يلي نسبة:- 82.2 % يقرأ الصحف المحلية ونسبة 42.8 % يقرأ الصحف العالمية ونسبة 53.6 % يستمع إلى الإذاعة ونسبة 100 % يشاهد التلفزيون ونسبة 100 % يتابع الفضائيات ونسبة 71.4 % تتاح لهم فرصة الحصول على المعلومات من شبكة الانترنت كما هو موضح في الجدول رقم (5).

جدول رقم (5)

يبين أنواع وسائل الاتصال التي يتعرض لها المواطن الألماني

نوع الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
صحافة محلية	230	82.2 %
صحافة عالمية	120	42.8 %
إذاعة	150	53.6 %
تلفزيون	280	100 %
فضائيات	280	100 %
شبكة الانترنت	200	71.4 %

وتجدر الإشارة هنا إلى أن جميع من شملتهم الاستبانة يشاهد التلفزيون والفضائيات أما نسبة وسائل الاتصال الاخرى فهي تتراوح بنسب اقل وهذا يؤكد أن تلك الوسائل تلعب دورا كبيرا في تكوين تصورات وانطباعات عن الدول الأخرى وذلك من خلال ما تنقله تلك الفضائيات من إحداث تخص العراق كان يراه المواطن الألماني بشكل مباشر ومن خلال وجودي في ألمانيا وجدت أن العديد من القنوات العربية وعلى رأسها قناة الجزيرة تلتقط هناك عن طريق هوائي وعلى القمر الصناعي Astara وكما هو معروف فان

العديد من القنوات تحاول أن تنقل صورة غير حقيقية "مشوّهة" عن العراق وهذا الشيء انعكس بشكل سلبي على تصورات الألمان وانطباعاتهم عن العراقي.

أما السؤال السادس فكان عن تلك الوسائل ودورها في تكوين الصورة فكانت الإجابة أن نسبة 100 % تكون تصوراتها من خلال تلك الوسائل كما هو موضح في الجدول رقم(6).

جدول رقم (6)

يبين دور وسائل الاتصال في تكوين التصور

الدور	التكرار	النسبة المئوية
نعم	280	% 100
لا	صفر	صفر

أما السؤال السابع فكان عن تصور المواطن الألماني عن العراقي فكانت النسبة تصور حسن 7.1 % وتصور سيء 71.5 % لا يعرف أي لا يوجد تصور بنسبة 21.4 % ويلاحظ أن نسبة 71.5 % يحمل انطباع سيء وهي النسبة الأكبر انظر الجدول رقم (7) وهذا ناتج عن تعرض المواطن الألماني إلى وسائل تضع في حساباتها الإساءة إلى المواطن العراقي ومن ثم تحاول تشويه صورته في الخارج.

جدول رقم (7)

يبين تصور المواطن الألماني عن العراقي

التصور	التكرار	النسبة المئوية
حسن	20	% 7.1
سيء	200	% 71.5
لا يعرف	60	% 21.4

إما السؤال الثامن فكان عن سبب التصور السيئ أن كان موجودا لان الباحث لاحظ أن ذلك التصور

كان قائما فكانت النسبة كما يلي:

64.2 % حرق مؤسسات الدولة والمال العام ونسبة 71.5 % أعمال السلب والنهب والقتل ونسبة 89.2

% اختطاف وقتل الأجانب ونسبة 100% جميع تلك الأعمال كما هو موضح في الجدول رقم (8) وهنا

نلاحظ أن تركيز وسائل الإعلام على تلك الأعمال دون غيرها أي عدم تركيزها على الجانب الإنساني

وجانب المساعدة وجانب الشيمة العراقية رسخ تصور عن أن العراقي يتصف بتلك الأعمال السيئة

وبالتالي أدى إلى تكوين ذلك الانطباع السيئ.

جدول رقم (8)

يبين الأسباب التي أدت إلى تكوين انطباع السيئ عن المواطن العراقي

أسباب تكوين الصورة السيئة	التكرار	النسبة المئوية
حرق مؤسسات الدولة والمال العام	180	64.2 %
أعمال السلب والنهب والقتل	200	71.5 %
اختطاف وقتل الأجانب	250	89.2 %
جميعها	280	100 %

إما السؤال التاسع فكان فيما إذا كانت تلك الوسائل لم تنقل تلك الأعمال التي أدت إلى تشويه صورة العراقي فكانت الإجابة أن نسبة 92.8 % كان تصورهما جيد لو لم تنقل الفضائيات تلك الأعمال التي أدت إلى تشويه صورة العراقي في حين إن نسبة 7.2 % إجابة بلا ويلاحظ أن تلك النسبة ضئيلة تكاد لا تشكل تصورا أمام 92.8% انظر الجدول رقم (9).

جدول رقم (9)

يبين تصور المواطن الألماني عن العراقي لو لم تنقل وسائل الاتصال تلك الأعمال التي أدت إلى تكوين

التصور السيئ.

التصور	التكرار	النسبة المئوية
جيد	260	92.8 %
لا	20	7.2 %

إما السؤال العاشر فكان عن صورة العراقي قبل تلك الأحداث أي قبل الحرب وقبل نقل الفضائيات للأحداث والموضوعات التي أدت إلى تشويه صورة العراقي فكانت الإجابة 64.3 % تصور جيد و7.2 % تصور سيء و82.5 % لا يوجد تصور، ويلاحظ أن هناك أحداثاً بعينها لارتباطها بالجانب الإنساني أو الأخلاقي أو الوطني أدت إلى اهتمام المواطن الألماني بها ونقل تلك الأشياء بشكل مشوه أدى إلى تشويه الصورة وبالتالي تكوين انطباع سيء عن المواطن العراقي، انظر الجدول رقم (10).

جدول رقم (10)

يبين تصورات المواطن الألماني قبل أحداث الحرب الأخيرة وما صاحبها من أعمال

التصور	التكرار	النسبة المئوية
جيد	180	64.3 %
غامضة	20	7.2 %
لا يوجد تصور	80	28.5 %

إما السؤال الأخير فكان عن صورة العراقي في المستقبل الصورة التي يتوقع تكوينها في المستقبل عن العراقي فكانت الإجابات 30 % يتوقع أن تكون الصورة حسنة، و 35.8 % أن تكون الصورة اعتيادية أي غير مشوهة "حقيقية"، ونسبة 28.5 % توقع أن تكون الصورة سيئة ونسبة 25 % لا يعرف فيما إذا سيكون هناك تصور، انظر الجدول رقم (11).

جدول رقم (11)

يبين الصورة المتوقعة عن العراقي في المستقبل لدى المواطن الألماني

الصورة	التكرار	النسبة المئوية
حسنة	30	% 10.7
اعتيادية	100	% 35.8
سيئة	80	% 28.5
لا يعرف	70	%25

أولاً:- الاستنتاجات

لقد توصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات يمكن إجمالها بما يلي:-

1- أن صورة العراقي في ألمانيا هي صورة مشوهة وغير حقيقية تكونت في أذهان المواطنين الألمان عن طريق بعض وسائل الإعلام مثل القنوات الفضائية وشبكة الانترنت وبالتأكيد فان تلك الصورة تكونت وفقاً لما تريده بعض تلك الوسائل حيث ركزت تلك الوسائل على الجانب العاطفي بحيث عملت على إثارة عواطف وغرائز الألمان من المواطن العراقي وذلك من خلال عرضها لحرق مؤسسات الدولة أو حرق المال العام، وأعمال السلب والنهب، وكذلك موضوع اختطاف وقتل الأجانب بحيث تكونت انطباع بأنه العراقيين يتصفون بتلك الصفات مما أدى إلى رسم ذلك الانطباع السيئ.

2- بجانب ذلك يلاحظ غياب الصورة وعدم تسليط الضوء على أي شيء ايجابي متميز في العراق كأعمال الأعمار وكذلك الجانب الإنساني الذي يتمتع به العراقيون عموماً.

3- أما الذي تسبب في رسم هذه الصورة وعدم تغييرها أو محاولة تصحيحها هو غياب الأعلام العراقي في ألمانيا، وكذلك ضعف الاتصال الشخصي بالرغم من وجود عدد من العراقيين في ألمانيا إلا أنهم على ما يبدو لم يكن لديهم أي دور في رسم انطباع حقيقي سواء في الشارع الألماني أو في المؤسسات التي يعملون بها.

4- ضعف الجانب الدبلوماسي العراقي في ألمانيا حيث يتركز وجوده في مدينة برلين بالإضافة إلى عدم وجود قنوات اتصالية مع فئات المجتمع الألماني المختلفة لتغيير تلك الصورة أو محاولة رسم صورة حقيقية.

ثانياً :-المقترحات

يوصي الباحث جملة من المقترحات كما يلي:-

العمل على رسم صورة حقيقية عن المواطن العراقي والعمل على ديمومتها وتغيير الصورة الحالية وذلك من خلال تشكيل إدارات متخصصة بالعلاقات العامة تعمل على الأتي:-

1 إعلام عراقي حر موجه إلى الخارج بشكل عام وألمانيا بشكل خاص بلغات مختلفة وأسلوب مقبول ومفهوم من قبل جمهور لتعرض سواء كان هذا الإعلام صحافة أو إذاعة أو قنوات فضائية، أو أي نشاط على شبكة الانترنت.

2 زيادة عدد البعثات الدراسية والتبادل الثقافي بحيث تشمل مختلف المدن الألمانية وكذلك تبادل الخبرات التدريسية والمدرسية في مختلف المجالات.

3 توسيع نطاق العمل الدبلوماسي ليشمل أكثر من مدينة ألمانية لان المدن الألمانية متباعدة واقتصار وجود السفارة أو البعثة الدبلوماسية في برلين يجعلها بعيدة عن المناطق الأخرى.

4 العمل على تشكيل تجمعات واتحادات ومنظمات مجتمع مدني بين ألمانيا و العراق.

5 تنشيط النشاط التجاري بين البلدين.

الملاحق

ملحق رقم (1)

المواطن الألماني الكريم، هذه الاستمارة التي بين يديك هي الجانب الميداني لبحث بعنوان " صورة العراقي في ألمانيا " ونقصد بالصورة هنا، الصورة الذهنية، أي الانطباع الموجود عن المواطن العراقي، ونؤكد أن المعلومات الواردة في هذه الاستمارة تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط المطلوب وضع علامة "✓" إمام ما يتناسب وإجابتك، وشكرا لتعاونك.

الدكتور : ناهض فاضل زيدان

باحث من العراق

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-العمل: القطاع الحكومي ☐ مؤسسات غير حكومية ☐ إعمال حرة ☐ متقاعد ☐

3-نوع العمل الذي تمارسه:طبيب ☐ مهندس ☐ محامي ☐ تقني ☐ إداري ☐ خدومي ☐

4-هل تتعرض لوسائل الإعلام والاتصال؟: نعم ☐ لا ☐

5-ما هي الوسائل التي تتعرض لها ؟ يمكنك تاشير أكثر من اختيار:

صحافة محلية ☐ صحافة دولية ☐ إذاعة ☐ تلفزيون ☐ فضائية ☐ انترنت ☐

6-هل تلعب تلك الوسائل دورا رئيسيا في تكوين تصوراتك وانطباعاتك عن الأشخاص أو الأشياء أو

الدول ؟ نعم ☐ لا ☐

7-ما هو تصوراتك عن المواطن العراقي ؟ حسن ☐ سيء ☐ لأتعرف ☐

8-إذا كان انطباعك عن المواطن العراقي سيئا فما هو سبب ذلك؟ يمكنك تأشير أكثر من اختيار: حرق

المؤسسات الدولة والمال العام ☐ أعمال السلب والنهب والقتل ☐ اختطاف وقتل الأجانب ☐

جميعها ☐

9-لو لم تنقل لك وسائل الإعلام تلك الأعمال فهل تعتقد إن انطباعك عن المواطن العراقي سيكون

حسن ؟ نعم ☐ لا ☐

10-كيف كانت صورة العراقي لديك قبل تلك الأحداث: جيدة ☐ غامضة ☐

لا توجد تصور ☐

11-كيف ترى صورة العراقي في المستقبل أي الصورة المستقبلية عن العراقي ؟ حسنة ☐ سيئة ☐

لأتعرف ☐

- 1- Alan, Bryman. Research methods and Organization studies, printed by Unwin Hyman Inc 1989. P.3.
- 2- Robert G. Burgess, Field Research: a sourcebook and Field manual , British library 1983. P.63.
- 3- G. Nigel Gilbert , Modelling Society, library of congress 1981. P.130-131.
- 4- Lee Harvey critical Social Research , printed in Great Britain , 1949, London. p.110.
- 5- George moyser and Margaret wag staff Research Methods for Elite Studies printed Allen & unwin Inc, 1987. p.14.
- 6- Katherine Hakim, Secondary Analysis in social Research, printed by Allen & UN wins Inc, 1982. p.132.
- 7- Martin Bulmer , Sociological Research methods an interdiction, Printed in Great Britain by Billing & Sons, 1977, London. P.41.
- 8- Jaakko Hintikka and Gabriel Sandu, on the methodology of linguistics A case study printed by Basil Black Weel , Hong Kong 1921, P.97
- 9- Alan Bryman, Research methods and Organization studies, printed by unwin Hyman Inc, Australia, 1989. P.43-44.
- 10- د. رجاء وحيد دويدي, البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية ، دار الفكر المعاصر . بيروت ودار الفكر - دمشق 2000 . ص 305 .
- 11- المرجع السابق . ص 315 .
- 12- محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير وبيروت، دار القرآن الكريم، المجلد

3. 1985، ص 390 .
- 13 -رينهارت دوري تكملة المعاجم العربية الجزء الخامس، ترجمة محمد سليم ألنعيبي، بغداد دار الرشيد، 1982 ص 54 .
- 14 - علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط 3 عالم الكتب، القاهرة ص 3، 1999 .
- 15 - Noam Chomsky, media control, 2 and Edation printed in Canada,2002.p.30-31.
- نقلا عن علي عجوة مصدر سابق، ص4.
- 16 - Marston John Modern Public Relation new yoakmacgraw.
- 17 - محمد فريد الصحن، الإعلان (الدار الجامعية، 1988) ص 66 .
- 18 - Dudley Andrew, The Image in Dispute.printed in U.S.A. TEXAS 1997 .P 155.
- 19 - علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق ص 8-9.

المراجع

أولا:- الكتب العربية

- 1- رينهارت دوري، تكملة المعاجم العربية ج5، ترجمة محمد سليم ألنعيبي، بغداد، دار الرشيد، 1982.
- 2- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط 3 عالم الكتب القاهرة 1999.
- 3- محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير بيروت، دار القرآن الكريم المجلد3، 1985.
- 4- محمد فريد الصحن، الإعلان دار الجامعية للطباعة والنشر 1988.
- 5- رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العملية، دار الفكر العربي .بيروت، 2000.

- 1- Alan, Bryman ,Research methods and organization studies, printed by UNwin Hyman I.n.c., 1989.
- 2- DUDLY Andrew, The Image in Dispute, printed in U.S.A. Texas 1997.
- 3- G.Nigel Gilbert, Modeling Society, library of congress 1981.
- 4- George moyser and maygaret wagstaaff Research Methods for Elite Studies printed Allen & unwins I.n.c., 1987.
- 5- Jaakko Hintikka and Gabriel Sandu,on the Methodology of linguistics Acase study, printed by Basil Blackwell Hong Kong 1991.
- 6- Katherine Hakim, Secondary Analysis in Scocial Research, printed by Allen & unwins I.n.c. 1982.
- 7- Lee Harvy, Critical Social Research, printed in great Britain, London, 1949.
- 8- Robert G.Burgess, Field Research: a source book and Field manual, British library, 1983.
- 9- Martin Bulmer, Sociological Research methods and Interdiction, printed in Great Britain by Billing & sons, 1977.
- 10- Noam Chomsky, Media Contol 2nd Edition, printed

الفصل الثاني
تحقيق نظريات
العلاقات العامة
في الجامعات العراقية

مقدمة

ان استعمال الاساليب والنظريات العلمية الحديثة في عمل العلاقات العامة من شأنه ان يجعل عمل ادارات العلاقات العامة نافعاً ومؤثراً نافعاً للمؤسسة ومؤثراً في جمهورها ومحيطها الخارجي وكلما اتسع نشاط المؤسسة وكبر حجمها وامتدت الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها تشكيلات المؤسسة وفروعها كلما كبرت وكثرت التحديات والتهديدات التي تواجه المؤسسة ونشاطها وبذلك تكون الحاجة ماسة الى وجود ادارات متخصصة بالعلاقات العامة تستعمل الاساليب والنظريات العلمية الحديثة في دراسة البيئة المحيطة بالمؤسسة والقيام بأعمال المراقبة وجمع المعلومات عن الجمهور والبيئة المحيطة بالمؤسسة وكذلك تفسير تلك المعلومات وتصنيفها وتبويبها وتقديم المشورة الى ادارة المؤسسة لكي تستفد منها عند صناعة او اتخاذ القرارات ومعالجة المشكلات وكذلك الاستفادة من الفرص المتاحة في المجتمع وهذا ينطبق على الجامعات حيث ان الجامعة جزء من المجتمع يمتد نشاطها ليشمل المجتمع وتقديم الخبرات والخدمات اليه بالاضافة الى اتساع جمهورها من طلبة وتدرسيين وموظفين ومستفيدين يمثلون مختلف شرائح المجتمع وقد واجهت الباحث عدد من الصعوبات وبخاصة ما يتعلق بقلة المصادر والمراجع التي تتناول النظريات وبخاصة العربية فقد اضطر الباحث الى الاستعانة بالكتب الاجنبية وخاصة ما يتعلق بالاطار النظري، اما الجانب الميداني فقد وجد الباحث صعوبة في ارجاع الاستمارات من الاشخاص الذين ارسلت اليهم حيث تم ارسال الاستمارات اكثر من مرة، ولا يفوتني ان اشكر شعبة البريد المركزي في مركز الوزارة حيث كان لها دور كبير في ايصال الاستمارات، وقد تضمنت هذه الدراسة على ثلاث محاور تتناول المحور الاول المقدمة ومنهجية الدراسة في حين تتناول المحور الثاني نظريات العلاقات العامة (اطار نظري) اما المحور الثالث فقد تضمن تحليل نتائج الدراسة الميدانية وتضمنت خاتمة البحث عدد من الاستنتاجات والمقترحات.

المبحث الاول : منهجية الدراسة وتتضمن

اولاً: مشكلة البحث: المشكلة البحثية هي سؤال او جملة استفهامية ⁽¹⁾ يجب تقديم اجابة عنها، والمشكلة : هي عقبة او عقبات او تحديات تقف حائلاً دون نجاح المؤسسة ⁽²⁾.

وقد صيغت مشكلة البحث على شكل سؤال وكما يلي:-

هل تقوم ادارات العلاقات العامة في الجامعات العراقية باستعمال نظريات العلاقات العامة في عملها؟

وما هي نسب استعمالها ان وجدت؟

ثانياً: فرضيات البحث: ((الفرضية بشكل عام عبارة عن تخمين ذكي وتفسير محتمل يتم بواسطة ربط الاسباب بالمسببات كتفسير مؤقت للمشكلة او الظاهرة المدروسة وهي عبارة عن حدس او تكهن يضعه الباحث كحل ممكن للمشكلة ⁽³⁾ وقد افترض الباحث ان اقسام ووحدات العلاقات العامة في الجامعات لا تقوم باستعمال نظريات العلاقات العامة في عملها الا قليلاً وبشكل غير مقصود وعرضي.

ثالثاً: هدف البحث : يهدف البحث العلمي الى التوصل لحل مشكلة البحث ومعالجتها في نهاية البحث ⁽⁴⁾، ويهدف هذا البحث الى تسليط الضوء على مدى تحقيق نظريات العلاقات العامة في عمل اقسام

وحدات ادارت العلاقات العامة في الجامعات العراقية.

رابعاً: اهمية البحث : تأتي اهمية البحث العلمي من خلال المشكلات التي يطرحها والموضوعات التي يعالجها والمنهج العلمي الذي يستعمله الباحث ⁽⁵⁾. وتأتي اهمية هذا البحث في تصديه لموضوع مهم وهو مدى تطبيق الاساليب العلمية في عمل ادارت

العلاقات العامة في الجامعات العراقية، فضلاً عن تناوله لمؤسسات تهتم قطاعات كبيرة في المجتمع.

خامساً: منهج البحث : هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد الباحث لتحليل افكاره وتنظيمها وعرضها للوصول في النهاية الى حلول ونتائج مقبولة حول موضوع البحث⁽⁶⁾ ويعتبر هذا البحث من البحوث الاستطلاعية حيث يهدف الى استطلاع آراء عدد من القائمين على ادارت العلاقات العامة في الجامعات العراقية فيما يخص استعمالهم لنظريات العلاقات العامة في عمل اداراتهم.

سادساً: اختبار عينة البحث: العينة (فئة تمثل مجتمع البحث وهي مجموعة جزئية من المجتمع موضوع البحث⁽¹⁰⁾ وقد تم اختيار العينة الحصصية وفائدتها انه يقوم الباحث باختيار العينة بنفسه⁽¹¹⁾، وقد تم توزيع الاستمارات فقط على اقسام ووحدات العلاقات العامة وشمل التوزيع فقط مدير العلاقات ونائبه وذلك لأنهما الشخصان القائمان على نشاط العلاقات العامة وكذلك لضمان الحصول على اجابات دقيقة.

سابعاً: طرائق البحث العلمي ((وسائل جمع المعلومات))

لقد استعمل الباحث عدد من طرائق البحث العلمي لحل مشكلة البحث وتحقيق هدفه والبرهنة على فرضيته وكما يلي:-

1- **الملاحظة:** وهي عملية تفاعل بين شخصين احدهما الباحث والاخر الذي تجري عليه الملاحظة، وهي تعطي معلومات لا يمكن الحصول عليها بالطرائق الاخرى⁽⁷⁾. وقد استعمل الباحث اسلوب الملاحظة المنظمة حيث وفرت له معلومات دقيقة وقد كان لها دور كبير في اختيار موضوع البحث وتحديد مشكلته.

2- **الاستبانة:** هي الوثيقة التي تم بواسطتها جمع البيانات والمعلومات عن ظاهرة موضوع البحث⁽⁸⁾. والاستبانة عبارة عن اسئلة مكتوبة تعد بقصد الحصول على معلومات

عن عدد من الاشخاص وتتضمن عدد من الاسئلة تتطلب من المبحوث الاجابة عليها بطريقة يحددها الباحث⁽⁹⁾.

وقد اعد الباحث استمارة استبانة مكونة من اثني عشر سؤالاً وكانت محدودة ومختصرة تدور حول موضوع البحث وقد اعد الباحث (40) استمارة وزعت على (20) جامعة بمعدل استمارتان لكل جامعة وقد عادت (32) استمارة وبعد فحصها استبعدت استمارتان لان اجاباتها كانت غير دقيقة ومرتبكة ولا تحقق هدف البحث وبقيت (30) استمارة صالحة وقد تم تحليلها باستعمال اسلوب النسبة المئوية كما موضح في المخطط رقم(1) يبين اعداد الاستمارات الموزعة والعائدة المستوفية.

مخطط رقم (1) يبين اعداد الاستثمارات الموزعة والعائدة والمستوفية

ت	اسم الجامعة	الاستثمارات الموزعة	الاستثمارات العائدة	الاستثمارات المستوفية
1	الموصل	2	2	2
2	كركوك	2	2	1
3	تكريت	2	2	2
4	ديالى	2	2	2
5	بغداد	2	2	2
6	الانبار	2	2	2
7	المستنصرية	2	1	1
8	التكنولوجية	2	2	2
9	الاسلامية	2	2	2
10	النهرين	2	1	1
11	كربلاء	2	2	2
12	الكوفة	2	2	2
13	بابل	2	2	2
14	واسط	2	2	2
15	القادسية	2	2	2
16	ذي قار	2	2	2
17	البصرة	2	2	1
18	صلاح الدين	2	----	----
19	دهوك	2	----	----
20	سليمانية	2	----	-----
--	المجموع	40	32	30

المبحث الثاني: نظريات العلاقات العامة (اطار نظري)

ان عملية نقل أو تبادل الاتصالات والأفكار تكون فعالة عند اخضاعها الى الاساليب العلمية والنظريات والنماذج (12) ووجود نظريات جديدة للعلاقات العامة. منها نظرية النظم والموقفية والتنسيق والمزايا التنافسية وغيرها من النظريات التي سنتطرق اليها (13) وتساعد النظريات على جعل اداء العلاقات العامة اكثر فعالية، لانه في بعض الاحيان النظرية تقود الى تغيير السلوك وتكون اكثر حيوية ويرتبط كل شيء نقوم به في المجال المهني للعلاقات العامة ارتباطا كبيرا في المواقف والاراء، أو السلوكيات. وفي بعض الاحيان يكون هدف العلاقات العامة مهمة الحفاظ على العلاقات القائمة التي تساهم في خدمة العملاء، او الجمهور بشكل عام، لن يكون كما هو الحال في الحفاظ على الولاء للمنتج أو الخدمة، (14) ان العديد من النظريات تبحث في علاقة المؤسسة بالجمهور المحيط بها وهذا الجمهور يتاثر بموثرات عديدة منها موروثه كالعادات والتقاليد والمعتقدات والارث ومنها مكتسبة من خلال التعلم وما يراة ويسمعه الانسان (15) ويؤكد ستيف ماي من جامعة ديكن ان آفاق التغيير في نظرية العلاقات العامة محاولة جعل المهتمين والمنظرين المعاصرين يفتحون طرق جديدة للتفكير في العلاقات العامة. وذلك الآن نظريات العلاقات اقتربت من التخصصات مثل علم النفس، والاتصالات، وعلم الاجتماع، والادارة والدراسات المنظمة. (16)

واذا عرفنا اهمية نشاط العلاقات العامة لانه مرتبط بالجمهور وكل نشاطات الحياة تعتمد اساسا على الناس لذلك يجب ان نعرف الكيفية التي نتعامل من خلالها مع الناس فاننا يمكن ان ندرك مدى تعدد المجالات التي يتضمنها نشاط العلاقات العامة (17) وقد اكدت العديد من الدراسات على اهمية النماذج والنظريات في عمل العلاقات العامة

باعتبار ان اي عمل اداري يجب ان يستند الى النظريات والنماذج العلمية بما فيها الكلاسيكية والعلاقات العامة كفن وعلم ووظيفة تستند الى ذلك (18) كما ان استخدام دعائم العقل والبرهان العلم والحجة العلمية في الادارة ومعيار السلوك للجمهور لا يمكن ان يتم وتكون لة جدوى بدون وجود نظريات (19)

ومن هذه النظريات:

1- نظرية النظم: وتسمى ايضا نظرية التكيف والتوافق⁽²⁰⁾، وهي تعتبر ان المنظمة تشكل نظاما قائما بحد ذاتها وهي أي المنظمة تتألف من عدد من الانظمة الفرعية وهذه المنظمة تعيش في بيئة وهذه البيئة تؤثر في عمل هذه المنظمة وقد تكون البيئة عامل دفع للمنظمة وقد تكون البيئة تشكل تحدياً لعمل المنظمة والبيئة الخارجية هي كل مايوجد خارج المؤسسة وهي تتكون من مجموعتين من المتغيرات البيئية وهما **اولا:** البيئة الخارجية العامة وتشمل متغيرات البيئة الاجتماعية والتكنولوجية والسياسية والقانونية والاقتصادية والدولية

ثانيا : البيئة الخارجية الخاصة وتشمل متغيرات المنشآت المماثلة والعملاء والمنشآت العمالية والجهات الحكومية والممولين (21)

والمنظمات وفقا لهذه النظرية تقسم الى قسمين :

1- المنظمات التي تعمل في نظم مفتوحة: وتسمى بالمنظمات الفعالة لانها تضع الجمهور في حساباتها.

2- المنظمات التي تعمل في نظم مغلقة: وهي المنظمات التي تعيش في فراغ وهي في ظل هذه النظرية تعتبر مغلقة وغير فعالة.

ويأتي دور العلاقات العامة في ظل هذه النظرية للقيام بعدة مهام:⁽²²⁾

- 1- **المراقبة :** وتعني رصد ما يحدث في البيئة من تطورات واحداث وجمع معلومات عن التحديات التي تواجه المنظمة وكذلك الفرص المحتملة التي يمكن للمنظمة الاستفادة منها.
 - 2- **التفسير:** ويعني القدرة على استيعاب وفهم وتفسير المعلومات التي تم جمعها ووضع اولويات للقضايا ومتطلبات الجماهير وكذلك توقع التغيرات التي تحدث في البيئة لتحديد ما يمكن ان يساعد المنظمة ويقدم لها فرصاً او ما يمكن ان يؤثر عليها سلباً ويمثل لها تحديات.
 - 3- **تقديم المشورة :** وتعني بالتحديد التحذير من المشكلات الموجودة في البيئة ومساعدة المنظمة على الاستجابة لهذه المشكلات من خلال تقديم مقترحات موضوعية الى الادارة تترجم من قبل الادارة الى أفعال وأنشطة ملموسة ولهذا السبب فان المنظمات تحتاج الى بحث وتقصي مستمر وكلما كانت البيئة مضطربة وغير مستقرة كلما ازدادت الحاجة الى وجود علاقات عامة فاعلة يمكنها التنبؤ بسلوك المنظمة على المستوى الاكبر. لذا فان العلاقات العامة هي مسؤولية الادارة العامة قبل ان تكون مسؤولية الادارة المختصة لانها سياسات وأعمال قبل ان تكون اتصالات واعلام⁽²³⁾
- وعلى ذلك يمكن القول ان هذه النظرية تقدم رؤية استراتيجية لادارة العلاقات العامة يمكن من خلالها تقسيم البيئة الخارجية الى مجموعات ثلاث مجموعات :
- الاولى: التي لاتهم المؤسسة.**
- الثانية: التي تهتم المؤسسة :** والتي لها علاقة بالمؤسسة ولكنها ليست بمستوى الوعي الذي يدفعها للمشاركة.

الثالثة: هي الجماعات النشطة.

وهذا التقسيم يمكن ادارة العلاقات العامة من فهم وتفسير الجماهير المختلفة وكذلك تحديد الجمهور الخاص بكل موقف ويساعد الادارة على وضع الاستراتيجيات والخطط والبرامج لكل جمهور لذلك يطلق على هذه النظرية على ان ذلك التقسيم هو داخلي للادارة دون ان يعلمه الجمهور حيث يحب التعامل مع الجمهور بديمقراطية وعدالة ومساواة عند الاتصال به ⁽²⁴⁾.

2- نظرية التنسيق:

تقوم هذه النظرية على مبدأ يقول ان المنظمة وجماهيرها يتصلون ببعضهم بطريقة فعالة تصل الى حد التنسيق الكامل بينهما على مستوى التفكير ومستوى انطباع كل منهما عن الآخر وذلك لضمان نجاح العملية الاعلامية في عملية التخطيط العلمي الذي يعتمد النظريات العلمية والنماذج ⁽²⁵⁾ ويمكن اجمال مضمون هذه النظرية في سؤالين وهما:

1- ما تفكير كل طرف حيال الطرف الآخر (المنظمة والجمهور).

2- ما انطباع كل طرف عن تفكير الطرف الآخر تجاهه.

3- النظرية الموقفية:

تعالج هذه النظرية جماهير المؤسسة الذين يؤثرون على نجاح المؤسسة او فشلها وتستجيب هذه النظرية البديهية القائلة يصعب ارضاء كل الناس كل الوقت وعلى هذا الاساس ترى ان تقسيم الجمهور وفقاً لأهميته للمنظمة يعتبر عاملاً أساسياً في وضع الاستراتيجيات ولخطط لإدارة العلاقات العامة ويعرف الجمهور بأنه جماعة تواجه مشكلة ما يتناقشون حولها ويختلفون في سبل حلها ⁽²⁶⁾.

وعلى هذا الاساس يسعى مديرو العلاقات العامة الى تدعيم فاعلية البرامج الاتصالية من خلال التركيز على عدد من الاستراتيجيات وهي:

- 1- **تأكيد الثقة** وتعني ان كل طرف يحترم مشاعر الطرف الاخر ولا يستغلها.
- 2- **الرقابة المتبادلة**: وتعود الى الدرجة التي يعتقد بها كل طرف (الجمهور والمنظمة) بان له سيطرة على اهداف وانشطة الطرف الاخر.
- 3- **الالتزام**: ويعني الرغبة في الحفاظ على العلاقة وكذلك الحفاظ على مستوى الاهتمام.
- 4- **الرضا**: وهو الدرجة التي تبدو فيها العلاقة متكاملة وعلى ذلك تسعى المنظمات الى زيادة مساحة الاتفاق والفهم المتبادل مع جمهوره وكذلك الدقة في تخطيط وتنفيذ برامج الاتصال وهذه النظرية تسعى الى بناء علاقات جيدة بين المنظمة وجمهورها على المدى الطويل وفقاً لاسس موضوعية تخدم كلا الطرفين وخلصت هذه النظرية الى ان تفاعل المنظمات مع بعضها البعض لا يقل اهمية عن تفاعل المنظمة مع جمهورها(27)
- 4- **نظرية المزايا التنافسية**:

توضع هذه النظرية كيفية استفادة المنظمة من ادارة علاقاتها مع مكونات بيئتها الخارجية حيث اتفق باحثو الادارة الاستراتيجية ان البيئة تمثل تحدياً لمهمة المنظمة ولاختياراتها وكان الاعتقاد السائد حتى منتصف التسعينات هو ان المنظمة هي التي يجب ان تكيف نفسها مع هذه البيئة وفي النصف الثاني من التسعينات قد (Borster) هذه النظرية عن المزايا التنافسية والتي يعكس فيها هذه العلاقة حيث ان البيئة بقدر ما تمثل تحدياً للمنظمة فانها تمنحها عدداً من المزايا التنافسية التي يمكن استغلالها في توضيح تمييز او تفوق المنظمة عن غيرها من المنظمات الاخرى (28).

5- **نظرية الامتياز**:

تعتبر هذه النظرية ان بناء علاقات متبادلة مع الجماهير الاستراتيجية للمؤسسة ينعكس في توفير موارد مادية لها هذا التوفير يأتي من خلال منع مشكلات مثل القضايا التي يرفعها افراد او منظمات على المؤسسة ومقاطعة السلع والخدمات التي تقدمها

المؤسسة لها والاضطرابات التي قد تحدث نتيجة عدم رضا العاملين عن سياسات المؤسسة ومنع هذه المشكلات يعزز من قدرة المؤسسة⁽²⁹⁾.

6- نظرية مدخل الصراع:

يتضمن الصراع افراد وجماعات يعارض بعضهم بعضا حول قيم او اهداف وليس الصراع عادة يكون صراع قوة عضلية بل احيانا صراع افكار وأعمال والنظريات تعالج ذلك من خلال البحث والتخطيط⁽³⁰⁾. وهناك رؤيتان متقابلتان في الصراع.

الرؤية الاولى : ترى ان الصراع ظاهرة يجب تجنبها وعلى ذلك يجب توقع صراعات معينة والاستعداد لها ومحاولة معالجتها قبل ان تصبح مشكلات غير مرغوب فيها.

الرؤية الثانية: ترى ان الصراع مرحلة طبيعية تمر بها المنظمات في علاقتها مع مؤثرات بيئتها الخارجية وجماعيها وعلى ذلك فهو شيء يجب ادارته.

وتوجد تكتيكات ومهارات عديدة لحل الصراعات منها:

1- **التركيز على المصالح وليس على الموقف:** ويعني هذا ان على الطرف الاخر في الصراع استبعاد المواقف ومحاولة اقناع الطرف الاخر بوجه النظر فالمواقف هي نتاج معلومات وخبرات لذا يجب البحث خلف المواقف.

2- **تقديم الجمهور على المشكلة:** ويعني بضرورة احترام الاطراف التي تختلف معها فالخلاف يكون على قيم واهداف وليس على اشخاص لديهم موقف معين.

3- **ابتكار حلول تحقق مصالح الطرفين:** ويشير ذلك الى البحث عن حلول خلاقة لمشكلة ما تلبي جزءاً من مصالح الطرفين.

4- **التمسك بمعايير موضوعية:** حيث يتم البحث عن مواقف او مشكلات سابقة ثم فيها تقديم حلول حققت مصالح الطرفين. وتقديم هذه التكنيكات اطارا لممارسي

العلاقات العامة لحل الصراعات التي قد تنشأ عن ممارسة المهنة وتساعد في بناء الثقة بين المنظمة وجماهيرها وبيئتها الخارجية.

7- نظرية الحوار:

يعود مفهوم الحوار الى قيام المنظمة بالاتصال بجماهيرها الاساسية لمناقشة القضايا المختلفة وهناك اهمية للحوار في العلاقات العامة وبناء نظام لهذا الحوار يمكن من خلاله تحقيق التفاهم بين المنظمة وجماهيرها بدلاً من الحديث من طرف واحد⁽³¹⁾. وتتضمن نظرية الحوار خمسة مبادئ اساسية:

المبدأ الاول: هو التبادلية والتي تعني ادراك العلاقات بين المنظمة وجماهيرها والاعتراف بأهميتها.

المبدأ الثاني: هو التواصل والذي يعني باستمرارية العلاقة والتواصل مع الجمهور.

المبدأ الثالث: هو التقمص هو قدرة الشخص على ان يضع نفسه موضع الاخرين وتبني افكارهم والذي يؤكد على اهداف ومصالح الجماهير وتدعيمها.

المبدأ الرابع: هو المخاطرة وتعني استعداد المنظمة للتفاعل مع الافراد والمؤسسات وفقاً لشروطها.

المبدأ الخامس: هو الالتزام ويشير الى مدى التزام المنظمة بالحوار والتفسير والتفاهم مع الجماهير.

هناك عدد من الاساليب لتطبيق مبادئ نظرية الحوار وهي⁽³²⁾:

1- بناء علاقات شخصية بحيث يجب على قيادات المنظمة واعضاء البرامج الاتصالية ان يكون لديهم الاستعداد وللإشتراك في الحوار.

2- بناء علاقات حوار من خلال وسائل وسيطة.

3- مدخل إجرائي للحوار يتضمن هذا المدخل في العلاقات العامة ايجاد وتطوير اساليب تسهل

اجراء الحوار.

فضلاً عن ذلك هناك عدد من النظريات المعرفية والسلوكية اهمها نظرية تجمع العمل ونظرية التعليم الاجتماعي وكذلك هناك نظريات خاصة بوسائل الاعلام اهمها نظرية التاثير (القولية) ونظرية وضع الاجندة، فعلى القائم بالعلاقات العامة في أية مؤسسة عليه ان يعرف تلك النظريات ومواطن او مواقف استعمالها لصالح المؤسسة التي يعمل فيها⁽³³⁾ وكذلك هناك نظرية الاتصال على مرحلتين او قادة الراي وهي قدرة العلاقات العامة على الاتصال بقيادة الراي في المجتمع والتركيز على هذه الشريحة ودراستها بتعمق ومن ثم حث هؤلاء القادة من اجل ايفال المعلومات بشكل سليم الى اتباعهم وحثهم على دعم نشاطات المؤسسة (34) وبالرغم من كل ذلك نلاحظ عدم مقاربة حوارية للعلاقات العامة يمكن تفعيلها بسهولة، أو ان هناك سلسلة من الخطوات، والافتراضات المترابطة التي التي يمكن من خلالها صياغة نظرية بل يجب الاحاطة بالعديد من المفاهيم والعلوم الاخرى هذه المبادئ هي الخطوة الأولى نحو صياغة نظرية للحوار في العلاقات العامة (35)

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

ان طبيعة الاسئلة في استمارة الاستبانة او المقياس تلعب دورا في اسلون تفسير النتائج والوسائل الاحصائية التي يستعملها الباحث وفي هذا البحث فان اسخراج النتائج باستخدام اسلوب النسبة المئوية اكثر الاساليب فائدة لتحقيق هدف البحث والبرهنة على فرضيته

السؤال الاول: عن ادارة العلاقات مع مكونات البيئة المحيطة بالجامعة والتي تضم المؤسسات الحكومية حيث بلغت النسبة 66,7% وادارة العلاقة مع وسائل الاتصال بلغت 100% في حين بلغت مع المستفيدين من نشاط الجامعة 66,7% اما المؤسسات العالمية قد بلغت 16,6% اما عن العلاقة مع المجتمع المحلي فقد بلغت النسبة 23,3% يلاحظ من خلال ذلك ان ادارة العلاقات العامة كان تركيزها كبيراً على ادامة الصلة مع وسائل الاتصال وهذا جانب مهم لان وسائل الاتصال تكون في متناول جميع مكونات البيئة الاخرى كما هو موضح في الجدول رقم (1).

جدول رقم (1) يبين ادارة العلاقات مع مكونات البيئة المحيطة بالجامعة

النسبة المئوية	التكرار	مكونات البيئة
66,7%	20	المؤسسات الحكومية
100%	30	وسائل الاتصال
66,7%	20	المستفيدين
16,6%	5	المؤسسات العالمية
23,3%	7	المجتمع المحلي

اما السؤال الثاني: فيتحدث عن قيام ممارسو العلاقات العامة في الجامعات بمراقبة البيئة الخارجية المحيطة بالجامعة أي المجتمع وجمع المعلومات عن الفرص او التحديات التي تواجه الجامعة فكانت الاجابة ان نسبة 66ر6% اجاب بنعم في حين اجاب 33ر3 ب لا يتضح من خلال ذلك ان قسم كبير من هذه الادارات تعيش في عزلة عن المجتمع المحيط بها وهذا يدل دلالة واضحة على عدم قيام تلك الادارات بتطبيق الاساليب الحديثة والنظريات العلمية في ميدان عملها كما هو موضح في الجدول رقم (2).

جدول رقم (2) يوضح قيام ادارة العلاقات العامة بالمراقبة

النسبة المئوية	التكرار	القيام بالمراقبة
66ر7%	20	الادارة تقوم بالمراقبة
33ر3%	10	الادارة لا تقوم بالمراقبة

اما السؤال الثالث : فيتحدث عن قيام ادارة العلاقات العامة في الجامعة باعمال التفسير من خلال مراقبة البيئة وجمع المعلومات وتفسيرها كانت النسبة كما يلي حيث اجاب 66ر7% بنعم أي قيامهم باعمال التفسير للمعلومات التي تم جميعها في حين اجاب 33ر3% لا أي لا يقومون باعمال التفسير والسبب واضح هو ان تلك الادارات لا تقوم باعمال المراقبة لمكونات البيئة وجمع المعلومات عنها ليتم تفسيرها فهي بذلك تصنف ضمن المؤسسات التي تطلق عليها بالمؤسسات المغلقة وغير الفاعلة لانها لا تهتم بالبيئة المحيطة بها والتي هي جزء منها كما هو موضح في الجدول رقم (3).

جدول رقم (3) يوضح قيام ادارة العلاقات العامة باعمال التفسير

النسبة المئوية	التكرار	القيام بالتفسير
66ر7%	20	الادارة تقوم بالتفسير
33ر3%	10	الادارة لا تقوم بالتفسير

اما السؤال الرابع: فيتحدث عن قيام ادارة العلاقات العامة في الجامعة بتقديم المشورة الى ادارة الجامعة لمعالجة المشكلات او التحديات او الفرص المحتملة التي من الممكن ان تستفيد منها ادارة الجامعة كانت الاجابات ان نسبة 33ر3% اجابة بنعم يقوم بتقديم المشورة في حين ان نسبة 66ر7% اجابت بالنفي وعدم تقديم اية مشورة والسبب في ذلك هو ان نسبة 33ر3% لا تقوم باعمال المراقبة والتفسير وبالتالي لا تقدم أي مشورة اما النسبة المتبقية فلا تقدم المشورة لسببين الاول ان ادارة الجامعة لا تطلب منها ذلك والسبب الاخر هو عدم قيامها باعمال المبادرة وتقديم المشورة بشكل مستمر كما هو موضح في الجدول رقم (4).

جدول رقم (4) يوضح قيام ادارة العلاقات العامة باعمال تقديم المشورة

النسبة المئوية	التكرار	القيام بتقديم المشورة
33ر3%	10	الادارة تقوم بتقديم المشورة
66ر7%	20	الادارة لا تقوم بتقديم المشورة

اما السؤال الخامس: فيتحدث عن الدور الكبير الذي يقوم به جمهور المؤسسة في نجاحها او فشلها فكانت الاجابة ان نسبة 100% من ادارت العلاقات العامة في الجامعات العراقية نعتقد بان جمهور المؤسسة من اساتذة وطلبة وموظفين يلعب دور كبير في نجاح الجامعة او فشلها في تقديم رسالتها العلمية، كما موضح في الجدول رقم (5).

العلاقات العامة والصورة الذهنية

جدول رقم (5) يوضح مدى تأثير الجمهور على نجاح او فشل الجامعة

النسبة المئوية	التكرار	تأثير الجمهور على نجاح او فشل الجامعة
100%	30	الجمهور يؤثر في نجاح او فشل الجامعة
0%	0	الجمهور لا يؤثر في نجاح او فشل الجامعة

اما السؤال السادس: فيتحدث عن قيام ادارة العلاقات العامة في الجامعة بتقسيم الجمهور وفقاً لاهميته الاستراتيجية للجامعة فقد اجاب 100% بنعم وهذا يدل على اهمية الجمهور وان القائمين على هذه الادارات يضعون الجمهور في حساباتهم على المدى القريب والبعيد كما هو موضح في الجدول رقم (6).

جدول رقم (6) يوضح قيام الادارة بتقسيم الجمهور وفقاً لاهمية الاستراتيجية للجامعة

النسبة المئوية	التكرار	تقسيم الجمهور وفقاً لاهمية الاستراتيجية
100%	30	الادارة تقوم بتقسيم الجمهور وفقاً لاهميته الاستراتيجية.
0%	0	الادارة لا تقوم بتقسيم الجمهور وفقاً لاهميته الاستراتيجية

اما السؤال السابع : فيتحدث عن العلاقة الوثيقة بين الجامعة وجمهورها فأدارة العلاقات العامة في الجامعة أو أية مؤسسة تسعى الى ادراك تام لمدى الانفاق بين رؤى الجمهور ورؤى الجامعة او المؤسسة على مستوى التفكير ومستوى انطباع كل منهما عن الاخر فكانت الاجابة 50% نعم و 50% لا وهذا يدل على عدم التطابق والتكامل في العلاقة بين الجامعة وجمهورها وهذا يقودنا الى ان العلاقة بين الطرفين لم تصل بعد الى مرحلة الرضا كما موضح في الجدول رقم (7).

جدول رقم (7) يبين اتصال الجمهور بالجامعة على مستوى التفكير والانطباع

النسبة المئوية	التكرار	الاتصال الفعال للجمهور بالجامعة
50%	15	الجامعة وجماهيرها يتصلون مع بعضهم بطريقة فعالة.
50%	15	الجامعة وجماهيرها لا يتصلون مع بعضهم بطريقة فعالة

اما السؤال الثامن: فيتحدث عن الاستراتيجيات التي تقوم بها ادارة العلاقات العامة في الجامعة لتدعيم فاعلية البرامج الاتصالية فكانت الاجابة ان نسبة 100% هذه الادارات تسعى الى تأكيد الثقة بين الجامعة والجمهور وان نسبة 100% تؤكد ان هناك رقابة متبادلة بين الجامعة والجمهور في حين ان نسلة 100% تؤكد ان هناك التزاماً بين الجامعة والجمهور للحفاظ على العلاقة. بينما ان نسبة 66ر7 ترى ان العلاقة وصلت الى مستوى الرضا وان نسبة 33ر3 ترى ان العلاقة هي دون مستوى الرضا بين المؤسسة وجمهورها، أي انها بحاجة الى ادامة الصلة كما موضح في الجدول رقم (8).

جدول رقم (8) يوضح الاستراتيجيات التي يسعى القائمون بالعلاقات العامة على القيام بها

النسبة المئوية	التكرار	الاستراتيجيات اللازمة
100%	30	1- تأكيد الثقة بين الجامعة والجمهور
100%	30	2-الرقابة المتبادلة بين الجامعة والجمهور
100%	30	3- الالتزام بالحفاظ على العلاقة
66ر7%	20	4- الرضا عن العلاقة بين الطرفين
33ر3%	10	5- عدم الرضا عن العلاقة بين الطرفين

وفيما يتعلق بالسؤال التاسع عن ان بناء وعلاقات متبادلة مع الجماهير الاستراتيجية للجامعة

يمنع وقوع المشكلات ويحد من التحديات التي تواجه الجامعة في المستقبل اجابة 100%

بنعم وهذا يدل على اهمية الجمهور وضرورة وضعه في الحسبان كما موضح في الجدول رقم (9).

جدول رقم (9) يوضح مدى بناء علاقات مع الجماهير الاستراتيجية

النسبة المئوية	التكرار	بناء علاقات مع الجماهير الاستراتيجية للجامعة
100%	30	الادارة تعمل على بناء علاقات مع الجماهير الاستراتيجية.
0%	0	الادارة لا تعمل على بناء علاقات مع الجماهير الاستراتيجية

اما السؤال العاشر : فيتحدث عن المشاركة بحل المشكلات التي تعاني منها الجامعة اجاب 6ر16% من

القائمين على العلاقات العامة بأنهم يشاركون دائماً في حل المشكلات وهي نسبة قليلة جداً اذا ما قورنت

بأهمية دور ادارة العلاقات لعامة في حل المشكلات في حين ان نسبة 6ر46% اجاب بأنهم يشاركون

احياناً في حين اجاب 7ر66% قليلاً ما يشارك في حل المشكلات في حين ان نسبة 50% اجاب بانه نادراً ما

يشارك في حل المشكلات ونظرة فاحصة الى هذه الاجابات تبين ان دور ادارة العلاقات العامة في حل

المشكلات ضعيف وغير فعال وهذا يدل دلالة واضحة ان ادارة الجامعة لاتعتمد على العلاقات العامة

فيها لحل المشكلات او التقليل منها، وحتى مناقشتها معها كما موضح في الجدول رقم (10).

جدول رقم (10) يوضح مدى مشاركة ادارة العلاقات العامة في حل المشكلات

النسبة المئوية	التكرار	مشاركة ادارة العلاقات العامة في الجامعة بحل المشكلات
6ر16%	5	الادارة دائماً تشارك في حل المشكلات.
6ر46%	14	الادارة احياناً تشارك في حل المشكلات.
7ر66%	20	الادارة قليلاً ما تشارك في حل المشكلات.
50%	15	الادارة نادراً ما تشارك في حل المشكلات.

في حين ان السؤال الحادي عشر كان عن التغطية الاعلامية لنشاطات وفعاليات الجامعة كانت الاجابات كما يلي ان نسبة 4ر83% من الإدارات تقوم بالاتصال بالمندوبين الاعلاميين يحضرون الى الجامعة او الاماكن التي تقوم فيها الفعاليات او النشاطات ويقومون هم بانفسهم بنشر تلك الفعاليات في حين ان نسبة 100% من الادارات يقوم مدير العلاقات العامة فيها او مساعدة بكتابة تقرير عن النشاطات ويقوم بتوزيعها على وسائل الاعلام الموجودة كنشاطات للجامعة كما موضح في الجدول رقم (11).

جدول رقم (11) يبين كيفية تزويد وسائل الاعلام بالمعلومات

النسبة المئوية	التكرار	تزويد وسائل الاعلام بالمعلومات
4ر83%	25	حضور مندوبو وسائل الاعلام الى الجامعة للحصول على المعلومات.
100%	30	قيام ادارة العلاقات العامة بكتابة تقرير وتسليمه الى وسائل الاعلام.

اما السؤال الثاني عشر: فكانت عن النشرات او الصحف او الدوريات التي تصدرها العلاقات العامة في الجامعة حيث ان بعض الجامعات العراقية لديها صحف خاصة بها تصدر بشكل منتظم كما هو الحال في جامعات الموصل والبصرة في حين ان هناك جامعات لديها نشرات داخلية وهناك جامعات تصدر دوريات كل ثلاثة اشهر وكما ان نسبة 10% من الجامعات لديها نشرة داخلية في حين ان نسبة 66,7% لديها صحف تصدر بشكل منتظم وأن نسبة 20% من الجامعات لديها دوريات وان نسبة 100% من الجامعات لديها مجلات علمية وهذا يدل على ان هناك نشاط اعلامي واضح تقوم به الجامعات وهو صحفي يتضمن اصدار صحف ومطبوعات كما موضح في الجدول رقم (12).

جدول رقم (12) يبين النشاطات الاعلامية التي تقوم بها ادارة العلاقات العامة

نوع النشاط الاعلامي	التكرار	النسبة المئوية
نشرة داخلية	30	100%
صحيفة	20	66,7%
مجلة علمية	30	100%
دورية	6	20%

تفسير نتائج البحث

على الرغم من اتساع نشاط الجامعات العراقية وانتشارها على مساحة الاراضي العراقية في عموم المحافظات وسعة جمهورها وشموليتها فمنهم التدريسي والطالب والموظف وذويهم وكذلك الجمهور المتعامل مع الجامعات والمؤسسات العلمية والبحثية المرتبطة بها كل ذلك وضع الجامعات امام مسؤوليات كبيرة اولها الالتزام بالمعطيات العلمية واستعمال النظريات التي تحكم علاقة الجامعة بالجمهور ومن خلال نتائج البحث نجد ان هناك تواصلا مع مكونات البيئة الخارجية المتمثلة بالمؤسسات الحكومية حيث بلغت النسبة 66,7 بالمائة ومع المستفيدين بلغت 66,7 ومع المؤسسات العالمية بلغت النسبة 16,6 بالمائة ووسائل الاتصال بلغت 100 بالمائة ومع المجتمع المحلي انخفضت النسبة الى 23,3 بالمائة من خلال ذلك يتبين ان هناك تفاوتا واضحا في ادامة الصلة مع مكونات البيئة الخارجية ففي الوقت الذي تعطى فيه اهمية لعنصر على حساب اخر يصبح هناك قصورا في العلاقة مع البيئة المحيطة بالجامعة وهذا ما اكدته نظرية النظم بانه على المؤسسة لكي تكون فاعلة ان تديم علاقاتها مع مكونات بيئتها الخارجية

وعن دور العلاقات العامة للقيام باعمال المراقبة والتفسير وتقديم المشورة فقد اوضحت النتائج ان نسبة 66,7 بالمائة تؤكد ان ادارة العلاقات العامة في الجامعات العراقية تقوم بمراقبة البيئة المحيطة بها من خلال التقارير والاستطلاعات والمعلومات التي ترد اليها من البيئة في حين ان 33,3 بالمائة تنفي وجود مراقبة وهي نسبة غير قليلة وتشكل معيارا ان هناك ادارات للعلاقات العامة في بعض الجامعات غير فاعلة ومنغلقة كما وصفتها نظرية النظم وعن قيام ادارة علاقات العامة بتفسير المعلومات التي تم جمعها من خلال المراقبة ان نسبة 66,7 بالمائة تؤكد ان الادارة تقوم بتفسير المعلومات وتستفيد منها وان هناك بعض الادارات لاتقوم بتفسير المعلومات التي تم جمعها من خلال المراقبة ولا تستفيد منها

وهذا بدوره يشكل معيارا ان هناك ادارات للعلاقات العامة في بعض الجامعات لاتستعمل الاساليب العلمية ومنها النظريات في اساليب عملها وصلتها مع جمهورها وهذا يدعم فرضية الباحث التي تطرق اليها في فرضيات البحث

اما مايتعلق بتقديم المشورة الى الادارة العليا في الجامعة فان النتائج تؤكد ان نسبة 66.7 بالمائة ان ادارة العلاقات العامة لاتقوم بتقديم المشورة الى الادارة الجامعية وان نسبة 33.3 بالمائة تؤكد ان ادارة العلاقات العامة تقوم بتقديم المشورة وهذا يؤشر ان هناك قصورا واضحا في الدور الذي تؤديه العلاقات العامة ممثلا في اقسام الاعلام والعلاقات العامة في عموم الجامعات العراقية من خلال المراقبة , والتفسير , وتقديم المشورة حيث دلت النتائج ان هناك قصورا واضحا في هذا الدور واسباب ذلك تنحصر في اتجاهين الاول يتعلق بالادارة العليا في الجامعة وعدم اهتمامها بنشاط العلاقات العامة وقلة دعمها للقائمين على واعطائهم الدور المطلوب

والثاني يتعلق بالقائمين على نشاط العلاقات العامة اما لكونهم بعيدين عن التخصص او قصور وجهل في اهمية العلاقات العامة ودورها الكبير في بناء ورسم الصورة الذهنية الحسنة عن المؤسسة في اذهان الجمهور

وعند السؤال عن فعالية الاتصال بالجمهور اكد جميع من شملهم الاستبيان ان الجامعة وجماهيرها يتصلون مع بعضهم بعضهم بطريقة فعالة تصل الى حد التنسيق الكامل بينهما على مستوى التفكير ومستوى انطباع كل منهما عن الاخر وبنسبة 100 بالمائة وكذلك الحال فيما يتعلق بالاستراتيجيات التي يسعى القائمون على العلاقات العامة على القيام بها حيث شار نسبة 100 بالمائة على تاكيد الثقة والنسبة نفسها على ان هناك رقابة متبادلة بين الجامعة وجمهورها وكذلك اكد الجميع بانهم يعملون على الحفاظ على العلاقة وهذا يدل على

ان هناك ايمانا مطلق باهمية الجمهور لاقسم الاعلام والعلاقات العامة في الجامعات العراقية

الخاتمة وتتضمن

اولا : الاستنتاجات : لقد توصل الي البحث الى عدد من الاستنتاجات يمكن اجمالها بما يلي:

- 1- على الرغم من وجود ادارات لعلاقات العامة في عموم الجامعات العراقية ومستوى قسم الا ان بعضها لا تتبع الاساليب العلمية في العلاقات العامة وبخاصة ما يتعلق بعلاقة الجامعة بالجمهور سواء كان هذا الجمهور داخلياً او خارجياً بحيث ان الادارة الجامعية لا تعرف انطباعات وتصورات الجمهور عن القرارات والاوامر التي تصدر عنها ولهذا لاحضنا ان هناك العديد من القرارات صدرت لم تنل استحسان الجمهور.
- 2- الجامعة تعيش في بيئة وهي جزء من هذه البيئة التي تحتوي على عدد من المكونات التي سبق ذكرها لم نلاحظ ان هناك خطه لادامة الصلة مع هذه المكونات بأستثناء وسائل الاتصال لانها تعتبر نافذة للجامعة.
- 3- تقوم بعض ادارات العلاقات العامة بتحقيق عدد من النظريات دون ان تسميها هي اصطلاحاً بهذا الاسم بل هي اساليب تمارسها بشكل اعتيادي.
- 4- نلاحظ ان الادارة في الجامعة قليلاً ما تاخذ برأي او وجهة نظر ادارة العلاقات العامة فيما يتعلق بالمشكلات والتحديات واتخاذ القرارات.
- 5- على الرغم من صدور بعض الصحف في بعض من الجامعات الا انها لم تنافس الصحف الموجودة في الساحة بل توزع على كليات وتشكيلات الجامعة ولا تباع في الاسواق الا قليلاً .

ثانياً: المقترحات

- 1- ضرورة توسيع اقسام العلاقات العامة في الجامعات ورفدها بالعناصر العلمية المؤهلة اكاديمياً وتخصصياً للعمل منها.
- 2- اعطاء دور اكبر لهذه الاقسام للمشاركة في اتخاذ القرارات وصنعها وحل المشكلات.
- 3- يجب على ادارات العلاقات العامة القيام بأعمال المراقبة والتفسير وتقديم المشورة للادارة لان الجامعة جزء من نظام كبير يتمثل بمكونات البيئة المحيطة بها يؤثر بها ويتأثر بها وصولاً بهذه الادارات الى ان تكون ادارات مفتوحة وفعالة في الجامعة والمجتمع.
- 4- اتباع الاساليب العلمية الصحيحة في العمل والابتعاد عن التمطية التقليدية.

- 1- Alan Bryman, Research methods and organization studies, first published, library of congress publication Data, 1989 P35.
- 2-Jennifer L. monahan and Cynthia Ezukerman communication Research, sage periodicals press London, Newdelhi, 1999 p.82.
- 3- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000 ص69.
- 4- G Nigel Gilbert, modeling society, library of congress, 1981. p130.
- 5- Catherine hakim, Secondary analysis in social Research, Georg Allen & unwin London, 1982, p 127.
- 6- George moyser and Margaret wagstaff research methods for elite studies printed allen & unwin Inc 1987 p14.
- 7- محمد أزهري سعيد، قيس سعيد الفهاوي، صفاء الصفاوي اصول البحث العلمي ط3 مكتبة جامعة صلاح الدين 1989 ص61.
- 8 -Alan bryman, research methods and organizations studies, printed by unwin hyman Inc, Australia 1989, p43.
- 9- احمد بدر، اصول البحث العلمي ومناهجه ط2، وكالة المطبوعات الكويت، 1975، ص 334-335.

10- رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر المعاصر بيروت، دمشق 2000 ص305.

11- المرجع السابق ص 315.

12 بشير العلاق الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة التطبيقية دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009 عمان الاردن ص125

13 عبد الرحمن توفيق الادارة بالاهداف مركز الخبرات المهنية للادارة القاهرة 2008 ص79

14 Rhee, Y An Overview of Public Relations Theory. Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland, College Park. 2004 p5

15 James E. Grunig Excellence Theory in Public Relations University of Maryland, 2007, p81

Steve Mackey RHETORICAL THEORY OF PUBLIC RELATIONS 16 Christchurch, New Zealand 2005 p125-127

17 محمود يوسف ادارة وتخطيط العلاقات العامة الدار العربية للنشر والتوزيع 2008 ص13

18 عبد الرزاق محمد احمد الدليمي ,الهندسة البشرية والعلاقات العامة ,ط1 2011 ص 237-238 دار وائل للنشر والتوزيع

19 Michael L. Kent a, Maureen Taylor b Toward a dialogic theory of public relations 2002 p21- 31

20- راسم محمد الجمال، خيري معوض، ادارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص60.

21 فواز منصور ,سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري, 2011 , ص168 دار اسامة الاردن

22- لوري ج ولسن، التخطيط الاستراتيجي للبرامج الخاصة بالحملات الفعالة للعلاقات العامة، ترجمة حسين صلاح الدين، دار الرضا للنشر 2006 ص125.

23- جميل احمد خضر، العلاقات العامة ط1، دار الميسرة للنشر عمان، 1998 ص111.

24- راسم محمد الجمال مرجع، سابق ص61.

25- Lewisa. Friedland, communication, community and democracy, towarda theoryofthe communctivity integrated community, communication research thousand oaks, London, newdelhi, 2001 p358.

- 26سعاد راغب الخطيب، المدخل الى العلاقات العامة، دار اليسرة، عمان، 2000 ص111

27 -Ulrich Beck, Wolfgang Bonss and Christoph Lau, “The Theory of Reflexive Modernization,” Theory, Culture & Society 20 (2003): p33.

28- راسم محمد الجمال مرجع سابق ص65.

29- صالح خليل ابو اصبع، ادارة المؤسسات الاعلامية في لوطن العربي، دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص47 ص46.

30- Rottger, ulrke theorien der public relations, Vs verlag fur sozial wissen chaften. Germany 2004 p25.

- 31 -carl H. Botan and Francisco soto, asemiotic approach to the Internal functioning of publics: implications for strategic communication and public press inc, London, 1998.p24.
- 32- لوري- ج- ويلسن، التخطيط الاستراتيجي للبرامج الخاصة بالحملات الفعالة للعلاقات العامة ط1، ترجمة حسين صلاح الدين، دار الرضا للنشر 2006 ص127.
- 33- راسم محمد الجمال مرجع سابق ص79-85.
- 34 فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار اسامة، عمان الاردن 2011 ص99
- 35- Prodromos Yannas PR Theory And Education In The Age Of Globalization British Journal of Management (2001): p69.

المصادر والمراجع

اولاً- العربية

- 1- احمد بدر، اصول البحث العلمي ومناهجه ط2 وكالة المطبوعات، الكويت، 1975.
- 2- جميل احمد خضر، العلاقات العامة، ط1 المسيرة للنشر، عمان 1988.
- 3- سعاد راغب الخطيب، المدخل الى العلاقات العامة، دار المسيرة، عمان 2000.
- 4- لوري - ج. ويلسون، التخطيط الاستراتيجي للبرمج الخاصة بالحملات الفعالة للعلاقات العامة ط1، ترجمة حسين صلاح الدين، دار الرضا للنشر، 2006.
- 5- راسم محمد الجمال، خيري معوض، ادارة العلاقات العامة المدخل الستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2005.
- 6- رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، دمشق 2000.
- 7- صالح ابو اصبع، ادارة المؤسسات الاعلامية في لوطن العربي دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان 1997.
- 8- محمد ازهر سعيد، قيس سعيد الفاوي، صفاء الصفادي، اصول البحث العلمي ط3، مكتبة جامعة صلاح الدين، 1989.
- 9- بشير العلاق الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة التطبيقية دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009 عمان الاردن ص125
- 10- عبد الرحمن توفيق، الادارة بالاهداف، مركز الخبرات المهنية للادارة ، القاهرة 2008، ص79

11- محمود يوسف ,ادارة وتخطيط العلاقات العامة ,الدار العربية للنشر والتوزيع,القاهرة , 2008 ,

ص13

12- عبد الرزاق محمد احمد الدليمي ,الهندسة البشرية والعلاقات العامة ,ط1 2011 ص 237-238 دار

وائل للنشر والتوزيع

13-فواز منصور ,سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري, دار اسامة ,الاردن,2011, ص168

14- فهمي محمد العدوي,مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ,دار اسامة,عمان الاردن 2011 ص99

ثانياً: الاجنبية

1- Alan bryman, research methods and organization studies, first published, library of congress, publication data, 1989.

2- Carl H.Botan and Francisco satoasemioticapproch to the Ihteral functioning of publics: Implications forstrategic communication and public relations, public relation`sreview, Jal press Inc, London 1998.

3- Catherin Hakim, secondary analysis in social research, Georg allen&unwin London 1982.

4- G Nigel gelbert, modeling scocity, library of congress 1981.

5- Jenifer Lmonahan and cynthal E zukerman, Communcation research, sage preodical press, London newdelhi 1999.

6- George moyser and marigretwigstaf research methods for elit studies prentedalen&unwinInc 1984.

7- Rottger, ulrke, theoriender public relations, Vsverlag for sozi alwissen shaflen germany 2004.

- 8- Rhee, Y An Overview of Public Relations Theory Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland,. College Park. 2004
- 9-James E. Grunig Excellence Theory in Public Relations- University of Maryland,2007
- 10- Steve Mackey RHETORICAL THEORY OF PUBLIC RELATIONS Christchurch, N ew Zealand 2005
- 11-Michael L. Kent a, Maureen Taylor b Toward a dialogic theory of public relations 2002
- 12-Ulrich Beck, Wolfgang Bonss and Christoph Lau, “The Theory of Reflexive Modernization,” Theory, Culture & Society 20 (2003):
- 13-Prodrornos Yannas PR Theory And Education In The Age Of Globalization British Journal of Management (2001):

الملحق رقم (1) استمارة استبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

الاساتذة الافاضل السادة العاملين في اقسام ووحدات الاعلام في الجامعات العراقية، هذه الاستمارة التي بين ايديكم هي جزء من بحث بعنوان تحقيق نظريات العلاقات العامة في الجامعات العراقية، يرجى وضع علامة (✓) امام ما يتناسب واجابتك، علماً ان المعلومات الواردة في هذه الاستمارة هي لاغراض البحث العلمي فقط شاكراً تعاونكم...

مع التقدير...

د. ناهض فاضل زيدان

- س1- هل تعمل على ادامة صلة جامعتك مع ؟، يمكنك تأشير اكثر من اختيار
- مؤسسات الحكومة() وسائل الاتصال () المستفيدين () المؤسسات العالمية () المجتمع العلمي ()
- س2 هل تقوم بمراقبة مكونات البيئة المحيطة بجامعتك وجمع المعلومات عن الفرص او التحديات التي تواجه جامعتك ؟. نعم () لا ()
- س3- هل تقوم بالتفسير أي القدرة على تفسير المعلومات التي جمعتها ووضع اولويات للقضايا المطروحة ومتطلبات الجماهير وتطوير توصيات وتوقع التغيرات التي تحدث ؟. نعم () لا ()
- س4- هل تقوم بتقديم المشورة، أي التحذير من المشكلات الموجودة في البيئة العلمية وتقديم مقترحات موضوعية لمعالجتها؟. نعم () لا ()
- س6- هل ترى ان تقسيم جمهور المؤسسة العلمية وفقاً لأهميته لها يعتبر عاملاً اساسياً في وضع الاستراتيجيات والخطط لادارة العلاقات العامة؟
- نعم () لا ()
- س7- هل ان الجامعة وجماهيرها يتصلون مع بعضهم بطريقة فعالة تصل الى حد التنسيق الكامل بينهما على مستوى التفكير ومستوى انطباع كل منهما عن الآخر ؟
- نعم () لا ()
- س8- لتدعيم فاعلية البرامج الاتصالية يسعى القائمون على العلاقات العامة الى التركيز على عدد من الاستراتيجيات وهي، يمكنك تأشير اكثر من اختيار.
- 1- تأكيد الثقة بين الجامعة والجمهور ()
 - 2- الرقابة المتبادلة بين الجمهور والجامعة ()
 - 3- الالتزام بالحفاظ على العلاقة ()

- 4- الرضا وهو الدرجة من العلاقة التي تحقق مصلحة الطرفين ()
- 9- هل ترى ان بناء علاقات مع الجماهير الإستراتيجية للجامعة يمنع وقوع المشكلات او يحد منها ؟
نعم () لا ()
- 10- هل تشارك بحل المشكلات التي تعاني منها الجامعة مع الجماهير ؟
دائما () احيانا () قليلا () نادرا ()
- 11- كيف يتم تزويد وسائل الاعلام بالمعلومات ؟
- 1- يحضر منذ ريو وسائل الاعلام بانفسهم لتغطية فعاليات الجامعة ()
- 2- تقوم بكتابة تقارير اخبارية بشكل مستمر عن الانشطة والفعاليات وترسل الى وسائل الاعلام ()
- 12- ماهي النشاطات الاعلامية التي تقومون بها ()
نشرة داخلية () صحيفة () دورية () مجلة علمية ()

العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بناء نموذج لدائرة علاقات عامه في الوزارة

مقدمة

يعد نشاط العلاقات العامة مهما ولا يمكن لأي مؤسسة الاستغناء عنه، او عدم الاهتمام به وتزايد الحاجة الى العلاقات العامة كلما اتسع نشاط المؤسسة اتسعت الرقعة الجغرافية التي تمتد عليها تشكيلات وفروع تلك المؤسسة هذا من جهة بالاضافة الى ارتباط المؤسسة بشكل مباشر مع المجتمع، لذا تبدو اهمية نشاط العلاقات العامة في المؤسسة التعليمية كبيرة وكبيرة جداً من خلال المهمة المناطة بتلك المؤسسة من جهة في تنمية الوعي العلمي ورفد مؤسسات المجتمع بالكوادر العلمية في التخصصات كافة العلمية منها والانسانية بالاضافة الى اتساع نشاط وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في عموم ارجاء العراق من جهة اخرى حيث تعد وزارة التعليم العالي والبحث العلمي من الوزارات العريقة ليس في القطر فحسب وانما على مستوى المنطقة حيث يمتاز التعليم العالي في العراق بعراقيته واصالته اذ يمتد تاريخه الى قرابة قرن من الزمان حيث انشأت اول كلية للحقوق عام 1908 وقد شهد التعليم العالي منذ ذلك الحين تطوراً مطرداً كما ونوعاً تمثل باستحداث الجامعات والكليات والمعاهد ومراكز البحوث العلمية في عموم البلاد وفي مختلف التخصصات العلمية والتقنية حيث توجد في العراق (20 جامعة) وتضم (202 كلية) و (612 قسم) اما عدد التدريسيين فبلغ (16000) بالاضافة الى جامعته اهلية واحدة و (13 كلية اهلية) بالاضافة الى مركز الوزارة الذي يضم جهاز الاشراف والتقويم العلمي واربع دوائر متخصصة اخرى.

ويمكن توضيح الهيكل التنظيمي لوزارة التعليم العالي بالمخطط رقم (1)

ولاجل ذلك ولان نشاط الوزارة يهم قطاعات واسعة مختلفة من المجتمع العراقي ويمسها مساساً مباشراً فان ذلك سيولد دون شك ردود افعال بعضها ايجابي وبعضها الاخر سلبي على شكل شكاوى ومشاكل قد تولد انطباعا غير حسن او سلبي عن مؤسسة من مؤسسات الوزارة او الوزارة نفسها لهذا فان وجود تشكيل معني بالعلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي غاية في الامة تقع على عاتقه مسؤوليات كبيرة اهمها رسم انطباع ايجابي والمحافظة على هذا الانطباع وذلك من خلال وسائل الاعلام والاتصال المختلفة وتوضيح وجهة نظر المؤسسة التعليمية في مختلف المجالات كأن تكون لقبول المركزي والدراسات العليا والاقسام الداخلية والتعليم الاهلي وغير ذلك من الامور التي تخص التعليم العالي ويهتم لها عدد كبير من الناس.

يهدف هذا البحث الى تقديم صورة واضحة عن نشاط العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي وذلك من خلال دراسة واقعي حيث ان الباحث شغل منصب مدير اعلام وزارة التعليم العالي من عام 2002 ولحد الان وهي فترة طويلة وبالتالي بالامكان تقديم صورة واضحة وواقعية عن ذلك النشاط هذا من ناحية اضافة الى رفد الباحثين والمكتبة ببعض الدراسات الميدانية في بعض المجالات غير المطروحة سابقاً. وقد احتوى هذا البحث على ثلاثة محاور تضمن المحور الول منهجية الدراسة في حين تضمن المحور الثاني العلاقات العامة في اطار نظري في حين تضمن المحور الثالث العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي وخلصت الدراسة الى بناء نموذج للعلاقات العامة يصلح تطبيقه في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وقد واجهت الباحث صعوبات كثيرة في اعداد هذا البحث منها:-

1. ان هذا الموضوع غير مطروق من قبل وبالتالي انعدام الدراسات التي تتحدث عن موضوع البحث.

2. للباحث رسالة ماجستير واطروحة دكتوراه في العلاقات العامة تناول فيها العلاقات العامة في بشئ من لتفصيل والصعوبة تمثلت في ان الباحث لم يشأ ان يكرر ما ذهب اليه في دراساته السابقة.
3. كثرة المصادر التي تناولت موضوع العلاقات العامة وتشابه تلك المصادر في عرض المعلومات بالاضافة الى قدم تلك المصادر وحتى المصادر الحديثة تجدها تستند الى تلك المصادر القديمة.
4. الكثير من المعلومات التي تظمنها البحث غير متوفرة في مصادر او دراسات سابقة لذلك وجد الباحث صعوبة كبيرة في توظيفها لاجراض البحث.

المبحث الاول: منهجية البحث وتضمن

اولاً: مشكلة البحث.

لتحقيق هدف البحث فقد تم صياغة مشكلة البحث على شكل سؤال وكما يلي:-
هل هنالك ادارة للعلاقات العامة في وزارة التعليم العالي؟ وهل يمكن بناء نموذج لانشاء ادارة متخصصة
بالعلاقات العامة في الوزارة تجمع كل الوحدات والاقسام والادارات التي تمارس النشاط؟.

ثانياً: اهمية البحث

يعد البحث العلمي جوهر لا يمكن الاستغناء عنه في عمل العلاقات العامة، وذلك بوصفها
اسلوباً علمياً(1) حيث يكشف البحث العلمي مواطن الضعف والاضطراب في علاقة المؤسسة في
محيطها الخارجي وبيئتها الامر الذي يوفر فرصة للتخطيط لمواجهة عناصر الضعف والاضطراب هذه
قبل استفحالها وتحولها الى مشكلات مستعصية، وتبرز اهمية هذا البحث في تصديده، لموضوع العلاقات
العامة في وزارة التعليم العالي والوقوف على واقع عملها من الناحيتين النظرية والتطبيقية حيث سيوفر
ذلك تراثاً نظرياً عن نشاط العلاقات العامة في مؤسسة غير مطروق بحثها من قبل، بالاضافة الى انه
سيقدم فائدة للمؤسسة والعاملين في ادارة العلاقات العامة فيها ويبين مواطن القوة والضعف وممارسة
النشاط وفق اسلوب علمي مدروس.

ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث هذا الى التعرف على نشاط العلاقات العامة والجهات التي تقوم بهذا النشاط تمهيداً
لتقديم نموذج مقترح لبناء دائرة علاقات عامة يضم تلك الجهات او الادارات التي تمارس النشاط في
وزارة التعليم العالي.

منهج البحث ونوعه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية حيث تقوم على وصف الوضع القائم لنشاطات العلاقات العامة بشكل تفصيلي ودقيق (2) حيث ان الاسلوب الوصفي مرتبط بالدراسات الانسانية منذ نشأته (3) القائم على مرحلتين.

المرحلة الاولى: مرحلة الاستطلاع، المرحلة الثانية: مرحلة الوصف الموضوعي (4). ولانعدام الدراسات التي تناولت الموضوع من قبل فقد تم اللجوء الى الوصف الدقيق والموضوعي للنشاط في المؤسسة. وقد تم اعتماد منهج المسح للشمل لحل مشكلة البحث وتحقيق هدفه.

خامساً: ادوات وطرائق البحث العلمي ((وسائل جمع المعلومات))

ان استخدام الباحث لاكثر من طريقة من طرائق البحث العلمي من شأنه ان يساعد الباحث على الحصول على معلومات دقيقة وغير منحيزه (5) ومن الطرائق التي استخدمت في البحث:

اولاً: المقابلة.....

وهي من الطرق المهمة التي تستهدف الحصول على معلومات وبيانات احصائية عن موضوع من الموضوعات وقد تم الاعتماد عليها في هذا البحث لسببين الاول الحصول على معلومات من بعض الاشخاص الذين مارسوا النشاط لفترة طويلة وبالتالي اعتبروا مصدراً من مصادر المعلومات والسبب الاخر هو انعدام الدراسات التي تناولت الموضوع وبالتالي فان الاعتماد عليها كأنة غاية في الاهمية (6)

ثانياً: الملاحظة.....

وهي المشاهدة الدقيقة للنشاط (7) وهي وسيلة هامة من وسائل جمع المعلومات والبيانات وهي تسهم اسهاماً اساسياً في البحث الوصفي لانها تستهدف

الحصول على معلومات من خلال فحص الحالة وملاحظتها ملاحظة دقيقة عن قرب ومعايشتها وقد تم استخدامها في ملاحظة ومراقبة الوحدات والاقسام والدوائر التي تمارس النشاط في الوزارة بشكل مباشر ولفترة اقترنت من ثلاث سنوات وقد تم الاستفادة كثيراً من هذه الطريقة في الحصول على معلومات وبيانات لم تكن متوفرة في اي مصدر او مرجع او دراسة وقد تم توظيفها والاستفادة منها في البحث.

❖ المحور الثاني: العلاقات العامة- اطار نظري ويتضمن.

تعريف العلاقات العامة:-

اختلف الباحثون والخبراء في تحديد تعريف معين معين للعلاقات العامة فمنهم من يرى ان العلاقات العامة نشاط اداري(8) ومنهم من يرى ان العلاقات العامة نشاط اعلامي(9).

فقد عرفها Dunn. W.s ((ان وظيفة الادارة المخططة التي تهدف انشاء خطوط مفتوحة ومتبادلة للفهم والقبول والتعاون بين المنظمة وجمهورها، مستخدمة في ذلك اتصالات ذات اتجاهين لتحقيق التناغم والترابط بين حاجات ومصالح الجمهور من جهة اخرى)). في حين تعرفها جمعية العلاقات العامة الفرنسية العلاقات العامة بانها ((طريقة للسوك واسلوب للاعلام الاتصال يهدف الى اقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها وتقوم هذه العلاقات على المعرفة والفهم المتبادل بين المنشأة ذات الشخصية الاعتبارية والتي تمارس وظائف وانشطة بين الجماهير الداخلية والخارجية التي تتأثر بتلك الانشطة الحديثة)).

في حين يعرفها المعهد البريطاني بانها ((ايجاد التفاهم المتبادل بين المنظمة وافرادها واي مجموعة من المجموعات او الافراد والمنظمات وما ينتج عن هذا التفاهم من اقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة))((10).

كما تعرفها الجمعية العامة للعلاقات العامة بانها ((وظيفة ادارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة او الخاصة عن طريقها ان تحقق مع من تتعامل او يمكن ان تتعامل معهم التفهم والتأييد والمشاركة)) (11).

وان تعريف لمجلة العلاقات العامة الامريكية ((ان العلاقات العامة وظيفة ادارية تتعلق بتنظيم اتجاهات الجمهور وميله، وتحديد العلاقات بين اهداف وسياسات المنظمة او الافراد المعنيين مصلحة الجمهور ووضع وتنفيذ برنامج عملي للحصول على قبول الجمهور لهذه الاهداف والسياسات)) (12).
والباحث في مجال العلاقات العامة يجد ان جميع الكتب وكذلك الدراسات بما فيها رسائل الماجستير واطاريح الدكتوراة تناولت تعريف العلاقات العامة بشئ من التفصيل لانه لا يوجد هنالك تعريف واحد يجمع ما اتفق عليه الخبراء والباحثين في هذا المجال الا انه من خلال ايراد عدد من التعاريف فأن الباحث يقدم صورة واضحة عن ما يريد ان يوصله الى القارئ سواء كان هذا القارئ خبيراً او مستفيداً الا ان تلك التعريفات تشترك في عدة امور وهي ان العلاقات العامة وظيفة ادارية، كما انها علم وفن، بالاضافة الى كونها وسيلة اتصال باتجاهين بين المنظمة وجمهورها، وكذلك اعتمادها البحث العلمي والتخطيطي في توجهاتها.

واستناداً الى التعريفات السابقة يضع الباحث هذا التعريف الاجرائي.

العلاقات العامة: هي نشاط اداري تقوم به المؤسسات المختلفة لرسم انطباع ايجابي عنها وادامة صلتها مع جمهورها الداخلي والجمهور الخارجي وذلك بالاستعانة بوسائل الاعلام والاتصال لتحقيق صورة مثالية والمحافظة عليها لتحقيق اهداف معينة.

عمل العلاقات العامة:-

في سبيل تمكين العلاقات العامة من ادائ مهامها بشكل يجعل برامجها علمية وفاعلة وتحقيق الاهداف المرسومة والمتوخاة من انشاء ادارة للعلاقات العامة في المؤسسة فأن اي عمل للعلاقات العامة يجب ان تتوفر فيه جملة من الامور وقد اختلف الباحثون والخبراء في مجال العلاقات العامة على تسميتها فمنهم اعتبرها وظائف للعلاقات العامة على تسميتها فمنهم اعتبرها وظائف للعلاقات العامة وحدها في البحث، التخطيط، التنسيق، الادارة، الانتاج(13).

ومنهم من يرى انها أنشطة تقوم بها اي ادارة سواء اكانت علاقات عامة او غيرها وحدها في القيادة، اتخاذ القرار، التخطيط، التنظيم، الاتصال، الرقابة، اعداد الميزانية، التدريب، التمثيل والمفاوضة(14). مستنداً في ذلك الى ان العلاقات العامة نشاط اداري وبالتالي يجب ان تتوفر فيها تلك الأنشطة الادارية. ومنها من اطلق عليها نشاطات العلاقات العامة وحددها في نشاط البحث وجمع الحقائق، نشاط تخطيط العلاقات العامة، نشاط البرمجة والتنفيذ والتقييم(15).

على انه مهما اختلفت عليها التسميات فانها تشترك في عدد من الاساليب التي يجب ان تتوفر في اي نشاط من أنشطة العلاقات العامة اذا اريد له ان يكون هادفاً ومؤثراً وعلى العموم فأن تلك النشاطات غير ظاهرة ولا يحس بها الجمهور، بل يعلمهم ويقوم بها المختصون في مجال العلاقات العامة حتى ان احد الباحثين شبه عمل العلاقات العامة بجبل الثلج في المحيط فأن الجزء الذي يطفوا على السطح لا يعد ان يتجاوز الربع وهو تمثله الافعال الظاهرة في العلاقات العامة بينما يختفي ثلاثة ارباع الجبل تحت سطح الماء وهو النشاط المبدول في الدراسات والاستفتاء والاساليب الاخرى التي لا يحس بها الجمهور او يعلم عنها شيئاً(16).

وقد اجمعت العديد من الدراسات ان التقسيم الاكثر قبولاً لها هو اساليب ممارسة نشاط العلاقات العامة لان في العدد من المؤسسات ان نشاط العلاقات العامة لا يطلق عليه اصطلاحاً بهذا الاسم بل يسمى بمسميات اخرى مثل الاعلام، العلاقات..... الخ.

فنستدل على وجود النشاط من خلال البحث عن تلك الاساليب سواء باستخدام استمارة الاستبيان او الملاحظة للنشاط كما يمكن تقسيمها وفقاً للاتي:-

البحث العلمي، التخطيط، التنظيم، القيادة، التنسيق والاتصال، المتابعة والتقويم، التدريب. وتجدر الاشارة الى ان جميع تلك الاساليب تعمل مجتمعة يكمل بعضها البعض ولا يمكن فصلها الا ان ضرورة البحث العلمي اقتضت الاشارة اليها كل على انفراد.

العلاقات العامة وبعض المفاهيم:-

هنالك عدد من المفاهيم التي غالباً ما يحصل تداخل بينها وبين العلاقات العامة وهذا التداخل ينتج عنه سوء الفهم لطبيعة عمل العلاقات العامة واهدافها وقد قبل في تلك المفاهيم الكثير وتناولتها العديد من الدراسات السابقة ولا نريد ان نكرر ما ذهب اليه غيرنا من الباحثين ولكننا هنا نقول ان هناك عدد من المفاهيم التي يختلط مفهومها مع مفهوم العلاقات حتى لدى البعض من المختصين بعضها متصل بعمليات التفاعل وما ينتج عنه من علاقات مثل العلاقات الانسانية، العلاقات الصناعية ((علاقات العمل))، العلاقات الاجتماعية، العلاقات التنظيمية، البعض الاخر متصل بتقنيات العلاقات العامة مثل الاعلام، الاعلان، الدعاية.(17)

وان احد اهم المشاكل التي تواجه اي باحث في مجال العلاقات العامة هي هذا الخلط بينها وبين تلك المفاهيم وفي احياناً كثيرة ينظر الى نشاط العلاقات العامة من خلال نشاط تلك المفاهيم او احداها(18).

ويجمع الكثير من العاملين في مجال العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ان العمل في هذا المجال ما زال يواجه الكثير من المعوقات والاحباط وذلك لان المجتمع ما زال ينظر الى هذا العمل على انه عمل دعائي او اعلاني او ترويجي، اضافة الى ذلك ان بعض المؤسسات نفسها لا تعي مفهوم وطبيعة عمل العلاقات العامة(19).

❖ المبحث الثالث: العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي ويتضمن:-

● واقع ادارة العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي....

هناك اكثر من جهة تقوم ببعض مهام العلاقات العامة في الوزارة بعضها يؤدي دوراً كبيراً في هذا المجال بحكم الاختصاص وهو قسم الاعلام، بالاضافة الى وجود دوائر اخرى تمارس النشاط بشكل اقل وكما يلي:-

1- قسم الاعلام....

وهو قسم مرتبط بوزير التعليم العالي مباشرة وهو الجهة التي يقع عليها الثقل الكبير في نشاط العلاقات العامة، حيث يقوم بادارة وتنظيم العملية الاعلامية والاتصالية في الوزارة وهو حلقة الوصل بين مؤسسات الوزارة وجميع وسائل الاتصال، ويقع عليه دور كبير في رسم انطباع ايجابي عن الوزارة وابراز نشاطها ونشاط مؤسساتها، كما هو موضح في المخطط رقم (2) والجدول رقم(1).

2- مكتب شؤون المواطنين....

مرتبط بمكتب السيد وزير التعليم العالي ويهتم بشكاوي المواطنين وطلباتهم ويقوم برفعها الى السيد الوزير بعد احوالها الى الدوائر المختصة لبيان الراي فيها بالاضافة الى تخصيص يوم من كل اسبوع لعموم اصحاب الطلبات المقدمة لمقابلة السيد الوزير او من يخوله للنظر في تلك الطلبات(20).

3- المراسم....

وهي وحدوة مرتبطة بمكتب السيد المدير عام دائرة البعثات والعلاقات الثقافية ويكون عمل هذه الوحدة استقبال الضيوف وبخاصة الاجانب من السادة الوزراء والسفراء والملحقين الثقافيين العاملين في سفارات الدول العاملة في العراق وغيرهم من

الشخصيات، وترتيب مواعيد زيارات تلك الشخصيات او الوفود(21) بالإضافة الى حجز الفنادق.

4- الاستعلامات...

وهي وحدة مرتبطة بقسم الشؤون الاداريى وهو احد اقسام الدائرة القانونية والادارية، وتتبعها استعلامات اخرى تابعة لمكتب السيد الوزير.

ومن الملاحظ ان هذه الوحدات لا يوجد اي ترابط اداري او قانوني يجمعها في حين ان واقع الحال يفترض ان تكون تلك التشكيلات في ادارة واحدة مرتبطة مع بعضها قانونياً وادارياً.

السياسة الاعلامية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

يقصد بالسياسة الاعلامية مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الانظمة الاعلامية، والتي تشتق من الابدولوجية السياسية ومنظومة القيم في بلد ما. والتي تتضمن النشاط الاعلامي ورسالته اضافة الى صيغ التدخل المباشر وغير المباشر للتأثير على سلوك الجمهور، لتحديد النتائج المتوقعة كما يتضمن اسلوب التوافق مع الانشطة الرسمية وغير الرسمية.

اولاً: اهداف السياسة الاعلامية

يمكن تحديد السياسة الاعلامية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي الى تحقيق الاتي:-

1. تعريف المواطنين والمنتسبين باهداف الوزارة ومنجزاتها.
2. دراسة وضع الجمهور الداخلي (اساتذة وطلبة وموظفين..... الخ) والبيئة العلمية والتربوية التي تحكمه.
3. دراسة علاقة الجمهور الداخلي بالجمهور الخارجي والتفاعل بينهما، وتحديد الانشطة التي تترك انطباعات ايجابية او سلبية لدى الجمهور الخارجي.

4. تثقيف الجمهور بأهمية المؤسسات العلمية (الجامعات، ومركز البحث العلمي) ودورها في تنمية المجتمع.

5. الاستفادة من وسائل الاتصال المختلفة (الهاتف، الفاكسميل، الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، الانترنت، الانترنيت) واللقاءات والندوات والمحاضرات والمؤتمرات، لإيصال رسالة معينة وأهميتها في نجاح عملية الاتصال.

ثانياً: دور الوزارة في السياسة الاعلامية

ان الدور المطلوب في مؤسسات الوزارة هو ان تضطلع بالاتي:-

1. قيام مؤسسات الوزارة بنقل معلومات بوسائل الاتصال المختلفة لخلق المشاركة في أنشطة الوزارة من قبل جمهورها من الطلبة والتدريسين وحقل العمل.

2. تحقيق التواصل مع الجمهور ومعرفة ردة فعله تجاه المعلومات المنقولة اليه لتحقيق استجابته، بهدف اتخاذ الاجراءات المناسبة لتحسين كفاءة وفاعلية الاداء الجامعي.

3. وضوح اهداف السياسة الاعلامية واستيعابها من قبل المعنيين بتنفيذها (رؤساء الجامعات، عمداء كليات ومعاهد، مدراء عامين، رؤساء اقسام وغيرهم).

ويمكن تصنيف مجالات الاتصال بثلاث هي:-

1. الاتصال بالمراجع العليا (الاتصال الصاعد).

ضرورة قيام متخصصين باعدادها مضموناً ولغة واسلوباً مع التركيز على الهدف الاساسي والفكرة الرئيسية لها حول:

أ- ما يريد السيد الوزير عرضه عن مستوى الاداء والمشكلات والمبادرات.

ب- ما يريد السيد الوزير عرضه حول نشاطات الوزارة وسياستها.

ت- ما يريد السيد الوزير عرضه حول خطط الوزارة.

2. الاتصال بالوزارات والجهات الاخرى (الاتصال الافقي).

ضرورة اىصال كل فكر ايجابي ونقل الصورة المشرقة في مجال:-

أ- الاستحداث النوعي والتطور الكمي في التعليم العالي على مستوى الجامعات والكليات والمعاهد والمراكز والاقسام.

ب- تطور الدراسات العليا ودورها في توفير الملاكات المتخصصة.

ت- البحث العلمي ودوره في خدمة حقل العمل والمجتمع.

ث- الارتقاء بمستوى الاداء لمؤسسات التعليم العالي.

ج- الدور القيادي في تحقيق الطفرة النوعية والكمية.

3. الاتصال بالجمهور المتعامل مع مؤسسات الوزارة: (الاتصال النازل)

ان موظفي الوزارة تدريسين وموظفين وطلبة هم الجمهور الداخلي الذي يعد دعامة نجاح رئيسية في الاتصال بالجمهور الخارجي وهذا يتطلب مراعاة الاتي:-

أ- خلق الاحساس بالانتماء للوزارة ومؤسساتها خلال الايمان برسالة واهداف التعليم العالي.

ب- الاهتمام بما يرفعه المنتسبون من تقارير ومعلومات ووجهات نظر الى مركز القرار في الكلية او الجامعة او الوزارة.

ت- اقامة الاحتفالات الدورية عن انجازات الوزارة ومؤسساتها وجهودها العلمية والبحثية.

ث- تخصيص يوم لمقابلة منتسبي الوزارة (عدا مقابلات المواطنين).

ج- استخدام الاذاعة الداخلية للوزارة والجامعات والكليات لايصال رسائل المسؤولين للمنتسبي لتحقيق ولائهم وانتمائهم.

- ح- مشاركة مكتب الوزير ومكاتب رؤساء الجامعات بالمناسبات الخاصة بمنتهبي التعليم العالي.
- خ- عقد لقاءات مستمرة بين السيد الوزير وقيادات التعليم العالي على مستوى عمداء ورؤساء الاقسام والاساتذة.

ثالثاً: مهام النشاط الاعلامي.

- يستهدف النشاط الاعلامي في الوزارة المجتمع بشكل عام، والطلبي والتدريسيين بشكل خاص، اضافة الى مؤسسات حقل العمل، والمجتمع المحلي، والدولة. ومن المهم التركيز في النشاط الاعلامي على الاتي:-
1. دور الوزارة والجامعات في توفير المختصين من خريجي الكليات والمعاهد لرفد حقل العمل ومؤسسات بهم كقوة عاملة متخصصة.
 2. دور الجامعات في اعداد الملاكات ذات التأهيل العالي في مجال الدراسات العليا كتدريسيين لوة كمختصين في اجهزة الدولة المختلفة.
 3. دور الجامعات في تسخير قدراتها العلمية لحل مشكلات حقل العمل من خلال البحوث العلمية والاستشارات والمعايشة في دوائر الدولة، والاعمال المشتركة.
 4. توعية الطلبة وعوائلهم باهمية التخصصات العلمية والتقنية المختلفة وتوجيههم لها، والتأكيد على دور الطلبة في :-
- أ. المحافظة على ممتلكات الجامعة واحترام حقوق الاخرين.
 - ب. المواظبة والمثابرة والسعي لاكمال دراسته بالمدة الاصغرية.
 - ت. احترام اساتذته وزملاءه داخل الحرم الجامعي وخارجه لاتباع السلوك القويم.
 - ث. احترام الانظمة والقوانين والتعليمات وتثقيفهم بادوراهم المهمة.

ج. تنمية روح التعاون والمحبة والمشاركة في الأنشطة والخدمات التطوعية والرياضية والثقافية والاجتماعية.

5. دور التعليم العالي في التنمية المتوازنة واستحداث الجامعات في محافظات القطر كافة لتحقيق التنمية في مختلف محافظات القطر.

● جمهور العلاقات العامة في الوزارة.

يتسع جمهور العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي باتساع نشاط الوزارة فهناك الجمهور الداخلي الذي يتمثل في الموظفين العاملين ضمن تشكيلات وزارة التعليم العالي والذين يمكن تصنيفهم الى ثلاث فئات وهي: فئة التدريسيين، فئة الاداريين، فئة الفنيين.

وهناك من يحمل الصفة التدريسية والادارية والفنية وهناك من يحمل الصفة الادارية والفنية وهناك من يحمل صفة واحدة، ولكل نوع من انواع الجمهور الداخلي اتجاهاته الخاصة ومن هنا برز مفهوم (تجزئة الجمهور)(23).

وتجدر الاشارة الى ان الجمهور الداخلي لاي مؤسسة يقوم بدور كبير في رسم انطباع ايجابي واطهار صورة حسنة عن المؤسسة حتى ان البعض اطلق عليهم سفراء لمؤسساتهم وذلك من خلال الاتصال مع المجتمع الخارجي الذي يحيط بالمؤسسة، من خلال تزويد العاملين في المؤسسات بمعلومات من شأنها مساعدتهم في ذلك كان تكون معلومات عن المؤسسة، او سياستها، ومشاركتهم في حل مشكلات المؤسسة حيث يشعر الموظف بأنه جزء من هذه المؤسسة.

وهذا وان أي نظام للاتصال داخل المؤسسة يجب ان يجعل الموظفين ملمين بالمأماً تماماً بما يجري داخلها من امور تهمهم.(24)

اما النوع الاخر من الجمهور فهو الجمهور الخارجي.. وهو الجمهور الذي يمتد اليه نشاط العلاقات العامة حيث تستعين العلاقات العامة بتقنيات وسائل الاعلام والاتصال مثل

الصحافة، والاذاعة ومختلف الوسائل المتاحة بما في ذلك وسائل المؤسسة والاتصال المباشر للوصول الى ذلك الجمهور(25).

ولعدم توفر وسائل اتصال جماهيرية لدى الوزارة فأن الاعتماد على الصحافة بالدرجة الاولى ووسائل الاتصال الاخرى كالقنوات التلفازية والاذاعة بالدرجة الثانية بالجمهور الخارجي وهنا تبرز اهمية وجود علاقات مع الصحافة ووسائل الاعلام من اجل ايصال رسالة الوزارة الى الجمهور الخارجي الممتد على مساحة العراق من شماله الى جنوبه حيث ان نشاط التعليم العالي يمتد ليغطي مساحة القطر كله بفعل انتشار مؤسسات التعليم العالي من جهة، بالاضافة الى ان احد اهداف الوزارة هو دعم مسيرة التعليم العالي والبحث العلمي وبما يخدم مصلحة العراق وشعبه وطلبته بشكل خاص وتوفير التعليم العالي لكل عراقي قادر عليه من جهة اخرى.

مهام العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

تتولى ادارة العلاقات العامة في الوزارة المهام الاتية:-

1. تنظيم وادارة اللقاءات الاعلامية للسيد وزير التعليم العالي والمسؤولين في الوزارة سواء كانت محلية او عربية او اجنبية او صحفية او تلفزيونية.
2. تغطية نشاطات الوزارة ودوائرها وتشكيلاتها وذلك من خلال اعداد التقارير والايخبار والمعلومات وتزويد وسائل الاعلام المختلفة بها وبشكل يومي.
3. تسهيل مهمة المندوبين الصحفيين والاذاعيين والتلفزيونيين للحصول على المعلومات واجراء اللقاءات والتحقيقات اللازمة وتنوير الجمهور بها.
4. متابعة ما تنشره وسائل الاعلام المختلفة عن الوزارة من شكاوي ومقالات ومقترحات والتعامل معها وصولاً الى حلها، وقد تم ذلك من خلال اتخاذ قرارات وتغيير ضوابط بناءً على شكاوى او مقترحات كما هو الحال في تطبيق نظام العبور لسنة 2002-

- 2003، و 2003-2004، ونظام العود للمرقنة قيودهم للعام الدراسي 2002-2003.
5. المساهمة في تنظيم معارض الكتب بالتعاون مع دوائر الوزارة المعنية من جهة ودور النشر العربية من جهة أخرى لاقامة معارض داخل العراق وتوفير المصادر والمراجع والكتب في مختلف الاختصاصات وباسعار مخفضة.
6. اقامة المؤتمرات العلمية للسيد وزير التعليم العالي والمسؤولين في الوزارة حيث تتم دعوة عدد كبير من الصحف والقنوات الفضائية الاذاعية والتلفزيونية لاحاطة الجمهور علماً بالمعلومات والقرارات التعليمية التي تصدر عن الوزارة.
7. المساهمة في حفلات التخرج لمختلف الجامعات وهيئة التعليم التقني.
8. المساهمة في المؤتمرات العلمية التي تقيمها الوزارة كما هو الحال في مؤتمر التعليم العالي السابع انو التي تقيمها الجامعات ونشرها في وسائل الاعلام المختلفة.
9. استقبال الوفود الاجنبية التي تحضر الى الوزارة وتنظيم لقاءاتهم واجراء مراسيم استقبال وتوديع كما هو الحال في استقبال وزير التعليم العالي المغربي عام 2002 ووزير التعليم العالي اليمني في العام نفسه وكذلك حجز الفنادق وزيارة معالم القطر، بالاضافة الى استقبال وتوديع الوفود من السفراء وللملحقين الثقافيين والشخصيات العربية والاجنبية التي تزور الوزارة ولقاء المسؤولين معها.
10. الاهتمام بشكاوي المواطنين التي ترد الى مكتب الشكاوي واتخاذ اللازم بشأنها.
11. تقديم المشورة في العديد من القرارات والضوابط التي تناقش في مجلس الوزارة قبل اتخاذ قرار بشأنها.
12. الرد على الشكاوي التي تنشر في الصحف.

13. تنظيم الاحتفالات والمهرجانات في مختلف المناسبات كما هو الحال في اقامة وتنظيم احتفالية يوم وزارة التعليم العالي سنوياً ونوضح هنا المهام التي تقوم بها العلاقات العامة خلال الاحتفال بيوم وزارة التعليم العالي وكما يلي:-

1. دعوة وسائل الاعلام الصحافة والاذاعة والتلفزيون لتغطية الاحتفالات.
2. وضع برنامج الاحتفالية وبيان تسلسل فقراتها.
3. تزيين الوزارة.
4. حجز قاعة وتجهيئتها بكافة اللوازم لتبدو قابلة لاستقبال الضيوف.
5. توجيه دعوة لعدد من الشخصيات داخل تشكيلات الوزارة وخارجها.
6. حضور السادة رؤساء الجامعات العراقية وهيئة التعليم التقني والمجلس العراقي للاختصاصات الطبية.
7. توزيع لجان الاشراف على الاحتفالية وهي: (لجنة الامن - لجنة التشريعات - لجنة الاستقبال - لجنة الخدمات - لجنة الضيافة).
8. ترتيب المقاعد في القاعة حسب التدرج الوظيفي للسادة الضيوف.
9. توزيع المرطبات والحلوى على كل منتسبي الوزارة.
10. تكريم المتميزين من المنتسبين سواء كانوا رؤساء جامعات او عمداء كليات او تدريسيين او موظفين.
11. اختيار عريف حفل مناسب ومقرئ القران الكريم.
12. تسمية احد الشخصيات المهمة في الوزارة لالقاء كلمة الوزارة ((الوزير او من يمثله)).
13. اعداد الكلمة التي تلقى.
14. تخصيص مبلغ مالي كافي لتغطية فعاليات الاحتفالية.

15. تحديد موعد محدد لبدء فعاليات الاحتفال ونهايته وملاحظة ان يكون موافقاً للجميع حيث ان بعض المدعوين يوفدون من خارج بغداد.

• إصدارات ادارة العلاقات العامة في مجال الاتصال.

في مجال الاصدارات كان قسم الاعلام في الوزارة يصدر جريدة اسبوعية في الثمانيات وهي جريدة (صدى الجامعة) وهي جريدة تعنى بشؤون التعليم العالي ولكنها توقفت بعد احداث عام 1991 وما تبعها من حصار على العراق.

بالاضافة الى ذلك كان في نية قسم الاعلام في الوزارة انتاج برنامج تلفزيوني وبالفعل تم الشروع بالنتاج الحلقة الاول من برنامج التعليم العالي والمجتمع بالاستعانة بكادر الاعداد وتنفيذ واخراج وتقديم هذا البرنامج من تلفزيون العراق واساتذة كلية الاعلام عام 2002 وقد اجيزت الحلقة والبرنامج من قبل وزارة الاعلام في وقتها وتلفزيون العراق وتم انتاج حلقة صفر ولكن المشروع لم ير النور بسبب ضعف التخصصات المالية اللازمة.

وبعد ذلك خطط قسم الاعلام لاصدار نشرة تعني بشؤون التعليم العالي تتضمن عرض لنشاطات الوزارة والجامعات بعنوان (افاق التعليم العالي) ولكنها توقفت عن الصدور لعدم رصد مخصصات مالية لتغطية طبعتها واصدارها.

ولذا فأن قسم الاعلام في الوزارة يعتمد اعتماداً كلياً على الصحف ووسائل الاعلام الاخرى لا براز انشطته وذلك لانها لا تملك أي تبعات او نفقات مالية(26).

❖ الخلاصة والتوصيات:-

توصل الباحث الى جملة من الاستنتاجات ووصى بعدد من التوصيات والمقترحات وكما يلي:-

اولاً: الاستنتاجات.

1) ان نشاط العلاقات العامة يقوم بدور كبير في ايصال خطط وبرامج تعليمات وزارة التعليم العالي الى جمهور العلاقات العامة واسع وكبير ومتعدد الثقافات والاتجاهات سواء اكان هذا الجمهور داخلي او خارجي ولاحظنا ايضاً هناك دوائر واقسام ووحدات تمارس بعضاً من مهام العلاقات العامة دون ان يطلق عليها اصطلاحاً العلاقات العامة كما هو الحال في قسم الاعلام ومكتب شكاوي المواطنين والاستعلامات والمراسم.

2) عدم وجود ادارة واحدة متخصصة بالعلاقات العامة وهذا ناتج عن توجه العلمي الصحيح لدى الادارة العليا في الوزارة الى اهمية العلاقات العامة ودورها مما خلق اعباءً كثيرة على العاملين في هذا المجال ووضع امامهم جملة من المشكلات التي تعترض احد او تحد من نشاطهم منها عدم وجود تنسيق او نظام اداري للاتصالات بجميع تلك الادارات وذلك بفعل ان كل ادارة تابعة الى دائرة اخرى مستقلة والحل الامثل في معالجة تلك المشكلة يكمن في جمعها بادارة واحدة تستمتع بشخصية معنوية مستقلة مالية وادارية.

3) ان نشاط العلاقات العامة يعاني من قلة التخصصات المالية لتغطية بعض النشاطات وكان ذلك واضحاً في فشل العديد من المشاريع التي طرحت مثل البرنامج التلفزيوني وتوقف جريدة الجامعة وكذلك نشرة افاق التعليم العالي.

4) كما ان عدم تسمية دائرة متخصصة بالعلاقات العامة اصطلاحاً انيطت مهامها بقسم الاعلام بمركز هذه الوزارة.

وبالرغم من الجهود التي يبذلها القسم إيماناً منهم بالمسؤولية الكبيرة الملقاة على عاتقهم لتنسيق العمل مع تلك الإدارات الأخرى التي تمارس النشاط إلا أن الحاجة تبقى قائمة لتسمية جهة محددة معينة بهذا العمل اصطلاحاً يقع على عاتقها كافة الأساليب والأنشطة اللازمة لضمان تأدية مهامها لأن أن نترك الأمور للمبادرات التي يراها قسم الإعلام تدخل ضمن صميم عمله وتقوم بها دوائر أخرى.

ثانياً: التوصيات والمقترحات.

1) ضرورة تأسيس دائرة للعلاقات العامة في وزارة التعليم العالي بمستوى دوائر الوزارة الأخرى وبتأسيها مدير عام ذو تأهيل أكاديمي في العلاقات العامة وتكون هذه الدائرة مرتبطة بوزير التعليم العالي مباشرة وتضم عدد من التشكيلات القائمة في وزارة التعليم العالي الحالية وهي قسم الإعلام ووحدته أو شعبة المراسم من دائرة البعثات والعلاقات الثقافية وقسم شؤون المواطنين تضاف لها أقسام وكما هو موضح في نموذج رقم (3).

تتولى هذه الدائرة جميع المهام الموكلة لتلك الأقسام والتخصصات و تقوم هذه الدائرة بإصدار صحيفة أسبوعية ناطقة بلسان التعليم العالي ورصد مبالغ كافية بتلك الصحيفة وبالإمكان تمويلها من خلال الإعلانات فيها من قبل تشكيلات الوزارة الأخرى.

2) إنتاج برنامج إذاعي أو تلفزيوني أسبوعي أو نصف شهري يعني بشؤون التعليم العالي فمن خلال الصحيفة أو البرنامج الإذاعي أو التلفزيوني يحصل الاتصال بالجمهور الواسع الممتد للوزارة أمر غاية في السهولة إضافة إلى استقبال ردود الأفعال من الجمهور عن أنشطة الوزارة ومؤسساتها مما يضع أمام الإدارة العليا في الوزارة تصورات عن الجمهور وانطباعاتهم ليتسنى أخذها في الحسبان عند صياغة.

الهوامش

- 1- محمد نجيب الصرايرة، العلاقات العامة الاسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، الاردن، 2001، ص 218-219.
- 2- ذوقان عبيد، عبد الرحمن عدس، كادي عبد الحق، البحث العلمي مفهومه، ادواته، اسألييه/ دار مجدلوي للنشر والتوزيع/ الاردن 1988 ص 183.
- 3- رجاء وحيد دريدي، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العملية، ط1/ دار الفكر المعاصر/ 2001، ص 191.
- 4- ريجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي ط1/ دار صفاء للنشر والتوزيع/ الاردن/ 2000 ص 44-45.
- 5- احمد بدر/ اصول البحث العلمي ومناهجه ط2، وكالة المطبوعات للتوزيع والنشر/ الكويت/ 1975 ص 334.
- 6- جميع الاشخاص الذين تمت مقابلتهم طلبوا عدم ذكر اسمائهم وقد وعدهم الباحث بذلك جزء من الامانة العلمية للبحث والمهمخ في الاشخاص الذين تمت مقابلتهم هو ممارستهم للنشاط ومواقعهم ودورهم فيه.
- 7- يعبر فهمي/ طرق البحث، دار الحرية للطباعة، بغداد/ 1973 ص 93.
- 8- نقلا عن عبد الكريم راضي الجبوري (العلاقات العامة فن وابداع دار النشر للنشر والتوزيع) 2001 ص15.
- Wa sonpunn, public relation 1, 85, p5.
- 9- جميل احمد خضر - العلاقات العامة ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1998، ص22.

- 10- احمد محمد مصري- العلاقات العامة- مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية، 2000، ص4.
- 11- صالح خيرى ابو اصبع (ادارة المؤسسة الاعلامية في الوطن العربي، دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع، الاردن، 1997، ص 332.
- 12- عبد المعطي محمد عساف، محمد فالح صالح، اسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2004، ص 17- 18.
- 13- ابراهيم امام فن العلاقات العامة والاعلام / ط3، مكتبة الانجلو المصرية، 1986، ص 63- 64.
- 14- صالح خليل ابو اصبع (ادارة المؤسسة الاعلامية في الوطن العربي، دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع، الاردن، 1997، ص 98.
- 15- عبد المعطي محمد عساف، محمد فالح صالح، اسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2004، ص 131- 141.
- 16- حسين عبد القادر، اصول العلاقات العامة ط2، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1962، ص71.
- 17- ناهض فياض زيدان، العلاقات العامة في المجلس الوطني اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى مجلس كلية الاداب 2002 ص 36- 42 حيث تناولت تلك المفاهيم اوجه الشبه والاختلاف والعلاقة بينها وبين العلاقات العامة.
- 18-Raymand Simon, Frank Winston Wylie, Cases of Public Relations Manynent, NTC, Business Books, 1992, p106-p 108.

- 19- افكار احمد القاضي، العلاقات العامة. تجاهل استهتار وفهم قاصر، قراءة الصحف واستقبال وتوديع الضيوف ابرز المهام... الشركات الخاصة.... الجمهور الخارجي مشكلة تعترض عمله/ جريدة الثورة اليمنية/ الجمعة 11 / تموز/ 2004.
- 20- مقابلة مع احد موظفي شؤون المواطنين.
- 21- مقابلة مع مدير قسم المراسم في الوزارة.
- 22- محمد نجيب الصرايرة، العلاقات العامة الاسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، الاردن، 2001، ص 27.
- 23- عبد العزيز شرف/ نماذج الاتصال في الفنون والاعلام والتعليم وادارة الاعمال الدار المصرية اللبنانية 2003 ص 190.
- 24-Tob Hant, James E, Jurning – public relation Techniques Harcourt Brace Collage Publishers, 1994, p 123- 137.
- 25- فيصل دليلو/ اتصالات المؤسسة اشهار- علاقات عامة- علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع/ القاهرة، 2003، ص 68- 96.
- 26- سعد راغب الخطيب، المدخل الى العلاقات العامة/ دار الميسرة، 2001، ص 146.

المصادر والمراجع.

أولاً: العربية

1. صالح خيرى ابو اصبح (ادارة المؤسسة الاعلامية في الوطن العربي، دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع، الاردن، 1997.
2. الجبوري، عبد الكريم راضي العلاقات العامة فن وابداع، دار التيسير، دار البحار، بيروت 2001.
3. الخطيب، سعد راغب، المدخل الى العلاقات العامة/ دار الميسرة، 2001.
4. الصرايرة محمد نجيب، العلاقات العامة الاسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، الاردن، 2001.
5. المصري، احمد محمد، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2000.
6. امام، ابراهيم فن العلاقات العامة والاعلام ط3، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1986.
7. احمد بدر، اصول البحث العلمي ومناهجه ط2، وكالة القاهرة الحديثة، الكويت، 1975.
8. خضر، جميل احمد، العلاقات العامة ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن 1998.
9. دليو، فيصل اتصالات المؤسسة، اتهامه علاقات عامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
10. دريدي، رجاء وحيد، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العملية، ط1/ دار الفكر المعاصر/ 2001.

11. سلوم، الياس، تقنية العلاقات العامة ط1، دار الرضا للنشر، 2000.
12. شرف، عبد العزيز، نماذج الاتصال في الفنون والاعلام والتعليم وادارة الاعمال الدار المصرية اللبنانية 2003.
13. عبد القادر حسنين، اصول العلاقات العامة ط2، مكتبة القاهرة الحديثة، 1962.
14. عليان، ريجي مصطفى، عثمان محمد غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي ط1/ دار صفاء للنشر والتوزيع/ الاردن/ 2000.
15. عساف، عبد المعطي محمد، محمد فالح صالح، اسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2004.

ثانياً: الاجنبية

1. Raymand Simon, Frank Winston Wylie, Cases of Public Relations Manynent, NTC, Business Books, 1992.
2. Tob Hant, James E, Jurning – public relation Techniques Harcourt Brace Collage Publishers, 1994.

البحوث

القاضي، افكار احمد، العلاقات العامة. تجاهل استهتار وفهم قاصر، قراءة الصحف واستقبال وتوديع الضيوف ابرز المهام... الشركات الخاصة.... الجمهور الخارجي مشكلة تعترض عمله/ جريدة الثورة اليمنية/ الجمعة 11/ تموز/ 2004.

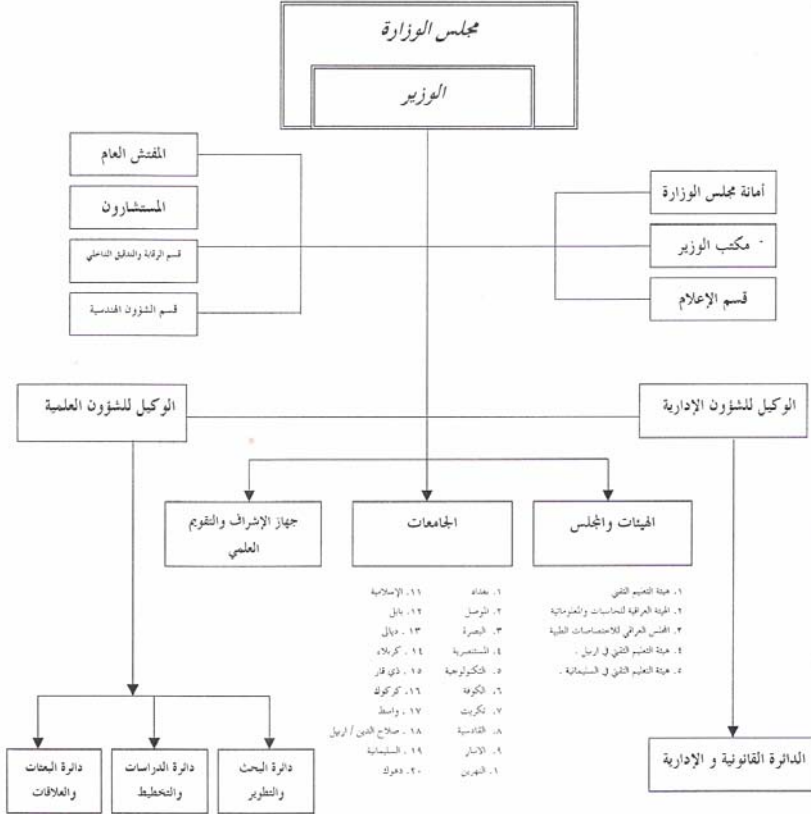
الجدول والملاحق

جدول رقم (1)

عدد العاملين في قسم الاعلام والتحصيل العلمي لهم وجنسهم

العدد	الشهادة	التخصص الدقيق	الجنس
1	دكتوراه	اعلام/ علاقات عامة	ذكر
1	ماجستير	اعلام/ صحافة	ذكر
1	بكالوريوس	اعلام/ صحافة	ذكر
1	بكالوريوس	اعلام/ صحافة	انثى
1	بكالوريوس	اعلام/ صحافة	انثى
1	دبلوم ادارة	سكرتارية	انثى
1	دبلوم فنون جميلة	تصوير	ذكر
1	اعدادية	----	انثى
1	ابتدائية	سائق	ذكر
المجموع	9		

مخطط رقم (١) يبين الهيكل التنظيمي الحالي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المخطط من عمل الباحث في ضوء الدراسة الميدانية

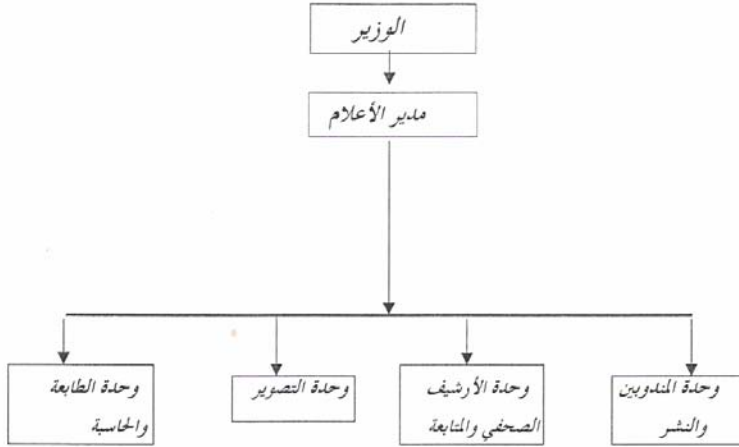


- تجري الاستعدادات الإدارية القانونية لإلغاء الهيئة العليا للأعمار وتشكيل دائرة بأسم دائرة الأعمار والمشاريع وتضم عدد من الأقسام وكما يلي:
- 1. قسم إعمار الجامعات من جهاز الإشراف والتقويم العلمي - 3. القسم التجاري من الدائرة القانونية والإدارية - 3. قسم الشؤون الهندسية - 4. قسم الصيانة
- تم اتخاذ قرار بإلغاء الهيئة العراقية للبحوث والدراسات والعلوم من وزارة التعليم العالي.
- بالإضافة إلى أن هناك دراسة للدمج دائرة البحث والتطوير مع دائرة الدراسات وتشكيل دائرة بأسم دائرة الدراسات والبحث والتطوير ولكن الأطر القانونية والإدارية لتتغير ذلك لم تتم بعد لذا فإن تناول الباحث لتشكيلات الوزارة وتنظيمها ستكون وفق ما هو موجود وواقع في الوقت الحاضر.

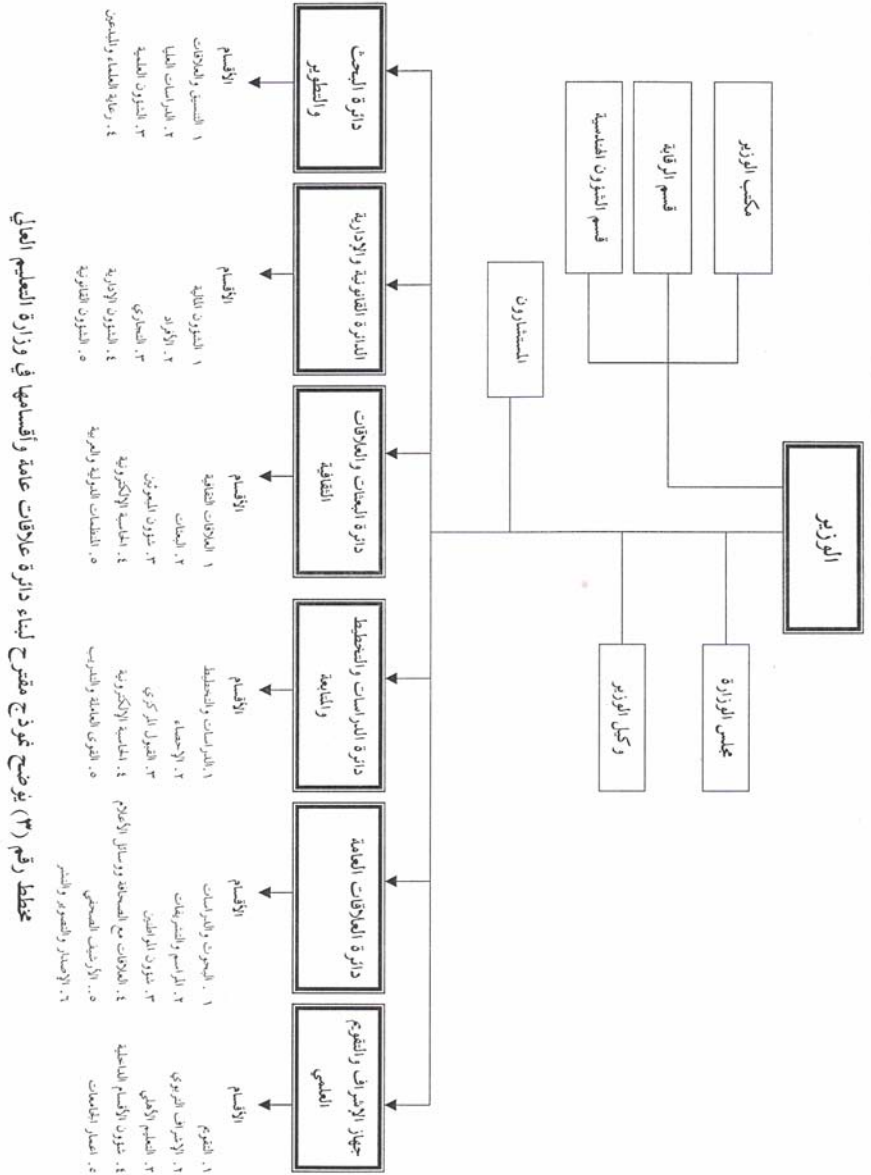
نموذج رقم (٢)

الميكال التنظيمي للعلاقات العامة في وزارة التعليم العالي

المخطط من عمل الباحث في ضوء الدراسة الميدانية



* لم يتم وضع مخططات ، وجماليات لبقية الوحدات التي تمارس النشاط وسبقت الإشارة إليها لان أعداد البعض قليل كما هو الحال في وحدة المراسم حيث يوجد فيها أربعة موظفين فقط بالإضافة إلى أن بعضها الآخر مرتبط بعتود مؤقتة مثل الاستعلامات وشؤون المواطنين بالإضافة إلى أن كادرها متغير بشكل مستمر زيادة أو نقصان .



الفصل الثالث
صورة التدريس
لدى طلبة
الجامعات العراقية
كلية الاعلام امودجا

مقدمة

كثيرة هي البحوث التي تناولت عنصرا او اكثر من عناصر ومقومات العملية التعليمية المتمثلة بالتدريسي من جهة والطالب من جهة ثانية والمستلزمات الدراسية من جهة ثالثة ورغم ان العملية التعليمية لاتكتمل الا بتوفر جميع هذه العناصر الا ان تلك العناصر تتفاوت في اهميتها ويأتي على راس الهرم في الاهمية التدريسيون بمختلف القابهم العلمية حيث ان اعداد التدريسي يتطلب فترة زمنية ليست بالقصيرة وتحتاج الى جهود ومهارات وامكانات مادية ومعنوية ولهذا يجب الاهتمام بهذه الشريحة من خلال اجراء البحوث والاستطلاعات لازالة عوامل سوء الفهم والعلائق والاشكالات التي قد تضر بالمسيرة العلمية , ورب سائل يسال لماذا كلية الاعلام دون غيرها نموذجا ؟ ولماذا المرحلة الرابعة فقط ؟

والجواب هو ان بقية الكليات لها مايشابهها في بقية الجامعات العراقية اما كلية الاعلام فهي الكلية الحكومية الوحيدة في العراق على الاقل حتى فترة اعداد هذه الدراسة ((تم استحداث كلية للاعلام في الجامعة الاسلامية ببغداد احدى الجامعات الحكومية التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية في شهر حزيران 2010)) اما توزيع الاستمارات على المرحلة الرابعة فقط فان الطالب في هذه المرحلة تكونت لديه انطباعات وتصورات بعد قضاء اربع سنوات في الدراسة.

تضمن البحث ثلاثة محاور تناول المحور الاول الاطار المنهجي للبحث حيث اشتمل على مشكلة البحث , واهمية البحث , وفرضية , واهداف , ومجالات , ومنهج البحث , وادوات وطرائق البحث , وتطبيق الاداة وتحليل البيانات , كما تضمن هذا المحور تعريفا لبعض المفاهيم والمصطلحات.

اما المحور الثاني فكان الاطار النظري حيث تناول مفهوم الصورة الذهنية وتعريفها وكذلك اتجاهات

الصور الذهنية و أنواع الصورة الذهنية

اما المحور الثالث فقد تناول الدراسة الميدانية حيث قام الباحث بتحليل نتائج الاستبانة وفي النهاية

توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات وقدم عدد من المقترحات

المبحث الاول : الاطار المنهجي ويتضمن

اولا: مشكلة البحث: على الرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها مؤسسات وزارة التعليم العالي سواء كانت مركز الوزارة او الجامعات او الهيئات او المراكز البحثية على مستوى التدريسيين او الطلبة او الكتاب ورغم ان الطالب في الجامعة يقضي اربع سنوات او اكثر في الدراسة الاولى ويقضي وقتا في الجامعة التي قبل في الدراسة فيها مدة تتراوح بين 4 - 6 ساعة في اليوم الواحد بالنسبة للدراسة الصباحية التي هي موضوع هذا البحث هذه الفترة الطالب يكون في تواصل مباشر مع عدد من التدريسيين بمختلف الالقاب العلمية يتعلم الطالب فيها العديد من المهارات والمعارف العلمية في مجال الاختصاص وكذلك عدد من التقاليد والقيم الجامعية التي يستعين بها الطالب في حياة الوظيفة والعامة بعد التخرج بعد تلك الفترة يفترض ان يكون لدى الطالب بعد مضي تلك السنوات انطباع (صورة ذهنية) عن التدريسيين الذين اكتسب منهم عدد من المعارف والخبرات والمهارات وتتلמד على ايديهم طوال تلك السنين لذلك جاءت هذه الدراسة لتطرح التساؤلات الآتية؟

1- ماهي الصورة الذهنية التي كونها الطالب عن التدريسي في الجامعة ؟

2- كيف تكونت تلك الصورة ؟

3- ماهي العوامل التي ادت الى تكوين الصورة ؟

4- هل كانت لدى الطالب صورة عن التدريسي قبل دخوله الى الجامعة ؟

5- هل ان الصورة التي تشكلت بعد الدخول الى الجامعة ايجابية ؟

ثانيا : فرضية البحث : افترض الباحث ان الطالب يكون في مخيلته تصورات عن الجامعة قبل دخوله اليها وهو في مرحلة الاعدادية بما في ذلك الاساتذة في الجامعة وبعد دخوله الى الجامعة والتعايش مع الاساتذة في الجامعة عن قرب تتولد وتشكل لديه تصورات قد تدعم التصور الذهني الموجود لديه اصلا او تكون مغايرة له تحاول تغيير ذلك التصور

ثالثا : اهمية البحث : تتضح اهمية هذا في تناولة لعنصرين مهمين من عناصر العملية التعليمية المتمثلة بالاستاذ والطالب والكتاب حيث ركز البحث على الصورة الذهنية التي يحملها الطالب عن الاساتذة بمختلف القابهم العلمية (الاستاذ , الاستاذ المساعد , المدرس , المدرس المساعد) حيث ان الخلل او القصور او عدم الوضوح في التصور الذي يحمله الطالب عن التدريسي او العكس سيتسبب في اشكالية في العملية التعليمية لانها تتكامل بجميع عناصرها من هنا تاتي اهمية هذه الدراسة

رابعا : اهداف البحث : يرمي هذا البحث الى تحقيق جملة من الاهداف يمكن اجمالها بما يلي:

- 1- التعرف على الصورة الذهنية للتدريسيين لدى الطلبة الجامعيين.
 - 2- التعرف على العوامل او الاسباب التي كانت سببا او ساعدت على تكوين تلك الصورة الذهنية
- خامسا : مجالات البحث وشملت:**

- 1- المجال البشري : وتحدد هذا المجال في طلبة المرحلة الرابعة الدراسة الصباحية في كلية الاعلام - جامعة بغداد في جميع اقسامها , الصحافة , الصحافة الاذاعية والتلفزيونية, العلاقات العامة
- 2- المجال المكاني : وتحدد هذا المجال في بناية كلية الاعلام في الباب المعظم

3- المجال الزمني : وتحدد في نهاية السنة الدراسية 2009 - 2010 وبالتحديد الفترة الممتدة من (

1 - 5 الى 20 - 5) 2010 وهي فترة نهاية السنة الدراسية

سادسا : منهج البحث ونوعه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية اتخذ من المسح منهجا للتوصل الى حل مشكلة البحث والبرهنة على فرضيته وتحقيق اهدافه اذ يعد المنهج المسحي من انسب المناهج في مثل هذا النوع من البحوث

سادسا : ادوات وطرائق البحث العلمي (وسائل جمع المعلومات)

اقتضت ضرورة هذا البحث استعمال عدد من طرائق البحث وكما يلي :

1- الملاحظة : استعمل الباحث اسلوب الملاحظة المنظمة لطريقة تعاطي الطلبة وتعاملهم مع

التدريسين في كلية الاعلام اذ وفر هذا الاسلوب معلومات دقيقة تم الاستفادة منها في البحث وتحديد

في الجانب الميداني

2- الاستبانة : اعد الباحث استبانة تضمنت اثنا عشر سؤالا ثمانية منها مغلقة تضمنت

اختيارا واحدا والاسئلة الاربعة الاخرى اعطي للطلاب مجالا لاختيارات عديدة وتعامل الباحث مع كل

خيار على حدة واستخرجت النسب والنتائج عن كل خيار بشكل مستقل عن الاخر

وقد وزعت الاستبانة على طلبة المرحلة الرابعة الدراسة الصباحية للعام الدراسي (2009-2010) وشمل

فقط الطلبة الذين ليس لديهم اي سنة رسوب او تاجيل في الكلية اي الطلبة الذين قضوا ربع سنوات

فقط وذلك لان اعمارهم متقاربة ويحملون تصورات متقاربة بعض الشيء واستبعدت الدراسة المسائية

لاختلاف الاعمار والضروف وكذلك ضيق وقلة الفترة الزمنية التي يقضيها الطالب يوميا في الكلية مقارنة

بالدراسة الصباحية وقدبلغ عدد الطلبة الذين تنطبق عليهم الشروط (117) طالب وطالبة وقد

العلاقات العامة والصورة الذهنية

وزعت الاستثمارات بشكل متساوي على اقسام الكلية وبواقع (39) استثمارة لكل قسم وقد استلم الباحث (105) استثمارة بواقع (39) قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية و (36) قسم العلاقات العامة و (30) قسم الصحافة وبعد فحص وتدقيق الاجابات استبعدت (5) استثمارات وهي عادة لقسم الصحافة كما موضح في المخطط رقم (1) يبين اعداد الاستثمارات الموزعة والعائدة والمستوية مخطط رقم (1) يبين اعداد الاستثمارات الموزعة والعائدة والمستوية

القسم	الاستثمارات الموزعة	الاستثمارات العائدة	الاستثمارات المستوفية
الصحافة	39	30	25
الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	39	39	39
العلاقات العامة	39	36	36
المجموع	117	105	100

ثانياً: المخيال

من المفاهيم الأخرى التي تحمل دلالة قريبة من الصورة الذهنية مصطلح "المخيال" الذي هو "عبارة عن نسق مترابط من الصور والدلالات والأفكار والأحكام المسبقة التي تشكلها كل فئة أو جماعة أو ثقافة عن نفسها وعن الآخرين فكل جماعة تشكل أحكاماً عن الجماعات الأخرى ويتم ترسيخ هذه الصور والأحكام في الوعي أو اللاوعي الجماعي بمرور الزمن (3) ويرى الياخث أن التمثيل أو المخيال هو مرحلة تسبق مرحلة دخول الصورة إلى الذهن حيث أن الإنسان يتخيل أو يتمثل الشيء قبل أن يترسخ هذا الشيء في الذهن ووصولاً إلى مرحلة الإدراك الحسي أو الذهني وهو ما يطلق عليه اصطلاحاً (الصورة الذهنية) وهنا تدخل العديد من العمليات والنظريات المعرفية والسلوكية ومنها نظرية تجميع العمل ونظرية التعلم الاجتماعي، حيث أن الإنسان يجمع معلومات وخبرات وملاحظات وأفكار في ذهنه، تصبح معياراً لسلوكه في تعامله وتصوراته تجاه الأشياء أو الأشخاص أو الموضوعات

ثالثاً: الصورة النمطية :

تتشكل عن طريق التعميمات وتقوم على مجموعة من السمات التي تثير مشاعر الخوف والكراهية والنفور والاشمئزاز والاحتقار (4) وتشكل بناءً في النسق المعرفي للفرد، وهذا البناء يتميز بمجموعة من السمات لعل أبرزها الاستقرار، وتعمل على جعل الحقيقة والواقع سهل التداول لأنها تبذل التعقيدات التي تميز البشر إلى تبسيط يعكس القيم والمعتقدات (5)، وهي لها دور كبير في تحديد الجوانب المعرفية للفرد وتنظيم مدركاته فهي تساعد على تقديم معلومات مبسطة عن الأشياء والجماعات والمشاهد التي لا يستطيع أن يلمسها أو يدركها على نحو مباشر عن طريق حواسه (6)

وتعمل الصورة النمطية بحكم طبيعتها كبناء معرفي أولي على توجيه إدراك الفرد وتفاعله الاجتماعي مع الآخرين بشكل يضمن إثبات صحتها والمحافظة على بقائها واستمراريتها وحتى في الحالات التي يجد فيها الفرد بعض الأدلة والحقائق التي تتعارض مع هذه الصورة النمطية، فإنه لا يعتمد عليها غالباً ولا يأخذ بها، بل يبقى مصراً على الاعتماد على هذه الصورة والرجوع إليها كأطر معرفية توجه سلوكه وتفاعله مع الفرد أو الجماعة المنمطة (7).

والصورة النمطية بالثبات والجمود ومقاومة التغيير وهي عكس الصورة الذهنية فهي غير ثابتة ومتغيرة

المبحث الثاني : الاطار النظري ويشتمل على مفهوم الصورة الذهنية وتعريفها

والصورة الذهنية هي مفهوم عقلي على ضوئه تحدد المواقف والاتجاهات لدى الأشخاص أو الجماعات، نحو شخص معين أو نظام معين أو فلسفة سياسية أو أي شيء بعينه. وهي ليست بالضرورة، تمثيلاً صادقاً للواقع الاجتماعي وذلك نتيجة تأثرها بالإطار الدلالي الخاص بالفرد (8)

"ويذهب ليبمان Lipman إلى أن أهمية الصورة الذهنية تنبع من أن الفرد مخلوق محدد الإدراك فهو لا يستطيع أن يفهم العالم أو يتصوره بمجرد النظر إليه، بل بتأثر هذا الفهم أو التطور عن طريق توالي مراحل التطور والنضج، فالعالم الخارجي الذي نتعامل معه سياسياً واجتماعياً يقع خارج نطاق إحساساتنا أو خارج حدود بصرنا وعقليتنا وإن الاختلافات أو الكثير من القضايا العامة التي تهمنا غالباً ما يحكم عليها الأفراد نتيجة لتطورات خاصة في أذهانهم يكونونها عن أنفسهم وعن الآخرين" (9).

" إن فاعلية الصورة الذهنية تكون عندما تنطبع الصورة وعناصرها انطباعاً كلياً في ذهنية الفرد وكان لها تأثيرها القوي في إنتاجه الدليلي، وتراكم الصور والصفات المتعاقبة معها، فإن مثل تلك الصور سوف تثير مجموعة وحقلًا من الصور المدعمة لها دلاليًا والمشابهة لها في الطبيعة والإنتاج أي أنها كانت سبباً في انطلاقة متوالية من الصور لا تحصى بحيث إن كل صفة هي دلالة أيقونية قائمة الذات أو هي نص مكاني يتعالق مع نصوص أخرى بشكل تعاضدي مما يجعل هذه الصورة الانطباعية تحرز إطلاق الصورة النمطية البدائية⁽¹⁰⁾ .

ويرى عالم النفس (البورت Alport)، أن الناس إذا ما حصلوا على مجموعة من الحقائق ولو

ضئيلة فإنهم يندفعون إلى تكوين تعميمات كبيرة(11).

وتعد الصور إحدى أدوات التفكير الثلاث " الصور والرموز والمفاهيم" ويؤكد الباحثون أن الصورة الذهنية ترتبط بالنظام المعرفي الخاص بالفرد، فيعرفها "هاري ستاك سليفان" بأنها "كل ما يملكه الفرد عن نفسه وعن الآخرين" (12).

وتكمن أهمية الصورة الذهنية في ثلاث نقاط هي (13)

- 1- إن إدراك الإنسان للعالم من حوله هو إدراك محدود.
- 2- تؤدي دوراً مهماً في تكوين صور عدة عن أشياء كثيرة كالشعوب الأفريقية والآسيوية
- 3- تكمن أهمية الصورة الذهنية في أنها تصور لنا أشياء عن الواقع غير دقيقة غالباً.

ويرى بعض الباحثين أن الصورة الذهنية لها ثلاثة أبعاد هي (14):

- 1- بعد معرفي: وهو البعد الذي يدرك عن طريقه الفرد موضوعاً معيناً يتصل بدولة أو شعب أو مجتمع ما مثل المعرفة بالأسس التاريخية والجغرافية للدولة والمعرفة بالمعلومات المتعلقة بشعبها.
- 2- بعد وجداني: ويمثل مشاعر الفرد وانفعالاته نحو دولة أو شعب أو مجتمع ما يمتد من التقبل إلى الرفض ويتدرج في الشدة بين الإيجابية والسلبية.

بعد إجرائي: ويتمثل في رغبة الفرد في السفر إلى دولة أجنبية والعيش والعمل فيها أو الزواج من واحدة تعيش فيها، ويعتمد هذا العامل على المسافة الاجتماعية بين الشعوب

اتجاهات الصور الذهنية :

تتراكم الصور الذهنية لتكون مخزوناً خاصاً بها تسمى أحياناً اللاشعور ويتم تصنيف وتجميع هذه الصور في مجموعات ترتب على وفق تصنيف التضمن والاحتواء بالذهن إلى ثلاث اتجاهات رئيسة

(15)

- 1- الصور بوصفها نسخاً ذهنياً للأحاسيس.

- 2- المتخيل الذهني بوصفه توسط المثير من العالم الخارجي من جهة والاستجابة من جهة أخرى.
- 3- المتخيل الذهني بوصفه مشاعر "سلوك وأحاسيس مستثارة" أي بمعنى تلك التي تحدث في غياب أي مؤثر عدا الصورة الذهنية.

أنواع الصورة الذهنية

هناك أنواع من الصور الذهنية منها:

- 1- الصورة الذاتية: إذ ينصرف الأفراد في حضور الآخرين بشخص أو صورة معينة لذواتهم ويؤثرون بها في نتيجة التفاعل الاجتماعي الذي ينخرطون فيه (16).
- 2- الصورة المثالية: وهي الصورة التي يصيغها بعض الأفراد عن أنفسهم والتي يعتقدون انها تمثلهم كما هم في الواقع وتمثل هذه الصورة بأن يرى الشخص نفسه نابغة أو قديساً، وكلما كانت الصورة غير حقيقية زادت الشخص تعاضماً وتعجباً وازداد تعرضه للانتقاد، وتقوم الصورة المثالية بديلاً عن الثقة والاعتزاز بالنفس وهي نوع من التحقيق الوهمي (17).
- 3- الصورة المجسمة للشعوب والأمكنة: وهو نوع من التعميم يوجد في أدب الدراسات ما بعد الاستعمارية والتي يعمل الخطاب الثقافي الأوربي الغربي إلى تمثيل الشعوب والأمكنة التي تعد آخر (18).
- 4- الصورة المقدسة: يعرفها جونز بأنها صورة لإعجاب المحفوظة بلا حدود في اللاشعور وكثيراً ما تتقمص أو تتمثل مع أشخاص غير الشخص الأصلي (19).
- 5- الصورة المتخيلة: تعرفها كارين هورني، هي صورة لاشعورية بطريق لا معقول عن ذات المرء وما ينبغي لها أن تكون على وفق ما يمليه عليه الاعتزاز العصابي فهي تتميز بالصفات الممجدة المعظمة والمكملة المستمدة من تخيلات الشخص السابقة وخبراته

وحاجاته واستطاعته أو إمكاناته (20) ويقصد بالصورة المتخيلة "العمليات العقلية التي يقوم بها عقل الإنسان حينما يتعرض إلى استثارة الوحدات المعرفية كالمواقف والانطباعات والحقائق والأفكار المتعلقة برموز تلك الاستثارة وما يصاحب تلك العمليات من تذكر وتفكر بدون إطلاق الأحكام" (21) ويرى بيتر ماكليز، أن الصورة التخيلية هي عبارة عن صور ذهنية نرى من الصعب أو من المستحيل علينا أن نجد أصلها في الإدراك الحسي السابق للفرد عكس صورة الذاكرة التي يمكن إيجاد أصلها في الإدراك الحسي السابق (22).

6- الصورة الاجتماعية: وهي انطباع وجداني يمثل أراء واعتقادات متبلورة يجري تخيل صورها بعمق في الفرد وفي المجتمع لكن لا مقابل موضوعي لها يمكن إثباته في واقع الحقيقة، وهذه الانطباعات ذات النغمة الانفعالية ليس لها علاقة مباشرة بالموضوع أو الموقف الذي أسقط عليه، والصورة الاجتماعية تحدد بالتمني أو الترجي ولا تقوم على حقيقة تقبل الإثبات بالدليل لذا فأن الصور الذهنية جميعها يمكن إيجاد أصلها في الإدراك الحسي السابق (23).

7- الصورة الوطنية: وهي صورة ذات صلة بالقيم والمعتقدات إذ يرتبط تكوينها بالنشأة، وتعد ذات دلالات معينة في عملية صنع القرارات السياسية فتؤثر فيها وفي صناعة السياسة الخارجية عموماً (24).

8- الصورة اللفظية: وهي خلاف الصورة الحسية والصورة اللفظية تمثل أما شيئاً أو خبره كلامية سابقة في حدود الألفاظ (25).

9- الصورة القومية: لقد حظيت الصورة القومية باهتمام الباحثين في الدراسات النفسية والاجتماعية، لمعرفة أثرها في السلوك الإنساني وكذلك فهم وتفسير العلاقات بين الدول المختلفة، فقد أضح أن عدداً كبيراً من صناعات القرار يستجيبون للحقائق الموضوعية

للمواقف بقدر ما يخضعون لتأثير ما لديهم من صور عن أنفسهم وعن العالم الذي يتعاملون معه (26) ويعود مفهوم الصورة القومية إلى العصر اليوناني إذ ساد اعتقاد أن لكل شعب صورته الخاصة وملامحه المميزة، وشهد العام 1860م إسهامة جديدة لبحث الصورة القومية على يد يليه فونت في العام 1900م والذي أصدر كتاباً باسم "سيكولوجية الشعوب" (27) وقد تناول عدة من باحثين في الدراسات الانثروبولوجية موضوع الصورة الذهنية القومية وتوصلت تلك الدراسات إلى أن بناء تلك الصورة يستند أساساً إلى المراحل الأولى لتكوين الشخصية كما في افتراض تشابه أساليب تربية الأطفال في مجتمع ما وهذا ما يفسر تشابه سلوك وتصرفات هؤلاء حين يصبحون أفراداً بالغين في ضوء أفكارهم و آرائهم(28).

" إن مفهوم الصورة القومية يعود إلى مصدرين، قديم وحديث، ويتمثل الأول في الدراسات التي تناولت الشخصية القومية والصورة القومية على أيدي مفكرين كبار مثل "مونتسكيو" و"هردر"، وتطورت هذه الدراسات مع المدرسة الجغرافية التي أثرت في النظريات السوسيولوجية والسياسية في القرن العشرين(29).

المبحث الثالث: تفريغ نتائج الاستبانة وتحليلها

تضمن هذا المحور نوعين من الاسئلة الاول البيانات العامة بثلاث اسئلة وقد رقت من (1- 3) والثاني تكوين الصورة الذهنية تسع اسئلة رقت من (1 - 9) وكما يلي

اولا : البيانات العامة

فيما يتعلق بالسؤال الاول اظهرت نتائج الاستبانة ان اعداد الذكور بلغ (56) طالبا اي بنسبة (56%) في حين بلغ عدد الاناث (44) اي بنسبة (44%) موزعين على اقسام الكلية وكما يلي بلغ عدد الذكور في قسم الصحافة (15%) في حين بلغ عدد الاناث (10%) اما قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية فقد بلغ عدد الذكور (32%) في حين بلغ عدد الاناث (7%) ويلاحظ ان نسبة الذكور الى الاناث مرتفعة وعند سؤال الطلبة عن ذاك اتضح ان الطلبة اكثر ميلا الى هذا القسم من الطالبات اما قسم العلاقات العامة فقد بلغت نسبة الاناث (27%) اما الذكور فقد بلغت النسبة (9%) وعند سؤال الطالبات وجد ان هناك رغبة في هذا القسم لدى الطالبات اكثر من الطلبة وعموما فان النسبة في عموم اقسام الكلية تكاد تكون متقاربة بين الاناث والذكور وهذا يعطي مؤشرا بان النسب المستحصلة تمثل الصورة لكلا الجنسين كما موضح في الجدول رقم (1)

جدول رقم (1) يبين اعداد الذكور والاناث

القسم	الذكور	الاناث	المجموع
الصحافة	15	10	25
الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	32	7	39
العلاقات العامة	9	27	36
المجموع	56	44	100

اما السؤال الثاني فقد كان عن العمر فقد حدد الباحث فئتين عمرية الفئة الاولى تتراوح اعمارهم بين (20 - 25) والاخرى بين (26 - 30) حيث ان جميع الطلبة من الذكور والاناث وفي جميع اقسام الكلية كانوا ضمن الفئة الاولى وكما يلي الطلبة الذين كانت اعمارهم تتراوح بين (20 - 25) بلغت نسبتهم (100 %) بواقع (25 %) صحافة و (39 %) صحافة اذاعية وتلفزيونية و (36 %) قسم العلاقات العامة وهذا يدل على ان اعمار من شملهم الاستبيان من الطبو ذكورا واناث متقاربة وهذا يعطي مؤشرا بان تصوراتهم وانطباعاتهم تكاد تكون قريبة من بعضها البعض كما هو موضح في الجدول رقم (2)

جدول رقم (2) يبين العمر

القسم	الذكور والاناث		المجموع
	25 - 20	30 - 26	
الصحافة	25	صفر	25
الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	39	صفر	39
العلاقات العامة	36	صفر	36
المجموع	100	صفر	100

اما السؤال الثالث فقد كان عن عدد الطلبة الذين شملهم الاستبيان من كل قسم من اقسام كلية الاعلام فقد كانت نسبة طلبة قسم الصحافة من الذكور والاناث مجتمعة (25%) وكانت النسبة في قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية (39%) في حين بلغت نسبة طلبة قسم العلاقات العامة من كلا الجنسين (36%) وهذا يدل على ان الاجابات

العلاقات العامة والصورة الذهنية

والنتائج المترتبة عليها اما تمثل بشكل صحيح طلبية كلية الاعلام بجميع اقسامها كما موضح في الجدول رقم (3) مع ملاحظة ان تمت الاشارة الى ذلك ضمينا في الجدول رقم (1) ولكن الباحث اراد ان يكون له جدول منفرد

جدول رقم (3) يبين العدد الكلي لكل قسم في الكلية

القسم	العدد
الصحافة	25
الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	39
العلاقات العامة	36
المجموع	100

ثانيا : تكوين الصورة الذهنية

في هذا الجانب سئل الطلبة فيما اذا كانت ليهم صورة عن التدريسيين في الجامعة قبل دخولهم اليها فكانت الاجابات ان نسبة (100%) من الطلبة كانت لدية صورة ذهنية عن التدريسيين في الجامعة موزعة على اقسام الكلية بواقع (25%) لطلبة الصحافة من كلا الجنسين و (39%) من طلبية قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية من كلا الجنسين ايضا و (36%) من طلبية وطالبات قسم العلاقات العامة كما هو موضح في الجدول رقم (1)

جدول رقم (1) يبين فيما اذا تكونت لدى الطالب صورة عن التدريسيين

القسم	الذكور والاناث	الذكور والاناث	المجموع
	نعم	لا	
الصحافة	25	صفر	25

العلاقات العامة والصورة الذهنية

39	صفر	39	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية
36	صفر	36	العلاقات العامة
100	صفر	100	المجموع

في هذا السؤال وضع الباحث عدة خيارات تساهم بشكل كبير في تكوين الصورة الذهنية عن التدريسي بناء على المعطيات النظرية والعملية وخبرة الباحث في هذا المجال ومعايشته للحالة وتعامل الباحث مع كل خيار باعتبار سؤالاً منفرد واستخرجت النسب على هذا الاساس لانة اعطي للطلاب فرصة لاختيارات عديدة وبالفعل فقد اشر جميع الطلبة ومن كلا الجنسين على جميع الاختيارات فكانت النسب كما يلي ان نسبة (81%) من الطلبة ان التدريسي قاسي في التعامل مع الطلبة في حين ان نسبة (49%) من الطلبة يرى ان التدريسي مرن الى اقصى درجات المرونة وان مانسبته (70%) من الطلبة يرى ان التدريسي لايرغب في تكوين علاقة مع الطلبة اما النسبة الاكبر من الطلبة فقد بلغت (91%) وهي ترى ان التدريسي يحاول تبسيط المادة وتوضيحها للطلبة وان النسبة نفسها (91%) من الطلبة يرون بان التدريسي يحاول جعل الطلبة يحبون المادة والغريب ان هناك نسبة كبيرة من الطلبة احتلت المرتبة الثانية من الخيارات بلغت (82%) ترى ان التدريسي يتظاهر بالصعوبة والتشدد للتغطية على ضعفه في الجانب العلمي وهذه النسبة بالتحديد بحاجة الى وقفة فاما ان يكون هذا هو واقع الحال وهذا يستوجب تدخل الادارة العلمية العليا ممثلة بالوزارة لمعالجة الامر , اون انه هناك قصور في فهم الطلبة واستيعابهم وتصوراتهم وهذا يستوجب تصحيح ذلك ورفع المستوى العلمي للطلبة والباحث يرجح الاحتمال الثاني في حين ان نسبة (47%) من الطلبة ترى ان التدريسي صعب المراس ومتشدد وامكانية علمية عالية اما النسبة الاقل والتي جاءت في المرتبة الاخيرة فقد بلغت

العلاقات العامة والصورة الذهنية

(35%) والتي ترى بان التدريسي ضعيف الى درجة كبيرة بحيث يحاول ارضاء الطلبة وعدم اغضابهم
 وتسببهم بكرهه كما موضح في الجدول رقم (2)

جدول رقم (2) تكوين الصورة الذهنية

الاختيار	قسم الصحافة	قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	قسم العلاقات العامة	المجموع
التدريسي قاسي في التعامل مع الطلبة	20	30	31	81
مرن الى اقصى درجات المرونة	19	20	15	79
لايرغب في تكوين علاقة مع الطلبة	15	25	30	70
يحاول تبسيط المادة وتوضيحها للطلبة	23	35	33	91
يحاول جعل الطلبة يحبون المادة	23	35	33	91
يتظاهر بالصعوبة والتشدد للتغطية على ضعفه في الجانب العلمي	19	30	33	82
صعب المراس ومتشدد وامكانية علمية عالية	15	17	15	47
ضعيف الى درجة كبيرة بحيث يحاول ارضاء الطلبة وعدم اغضابهم وتسببهم بكرهه	10	15	10	35

وعن سؤال الطلبة عن العمر الذي يرون بانه الاصلح للتدريس في الدراسة الاولى احتلت الفئة العمرية (35- 55) المرتبة الاولى بنسبة (100%) وهي الفترة الذهبية للتدريسي حيث تمثل قمة عطائه في حين احتلت فئة التدريسي الذي بعمر يقل عن 35 عام نسبة منخفضة بلغت (16 %) في حين جاءت اختيار الطلبة للتدريسي الذي بعمر اكثر من (55 سنة) بنسبة (14 %) كما موضح في الجدول رقم (3)

جدول رقم (3) يبين العمر الذي يصلح للتدريس في الدراسات الاولى

الاختيار	قسم الصحافة	قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	قسم العلاقات العامة	المجموع
تدريسي بعمر اكبر من 55 سنة	5	4	6	14
تدريسي بعمر 35-55 سنة	25	39	36	100
تدريسي بعمر اقل من 35 سنة	5	6	5	16

اما السؤال الخامس فكان عن الافضل في ايصال المادة الدراسية للطلاب فكانت الاجابة ان من يحمل لقب استاذ مساعد احتلت المرتبة الاولى بنسبة (100%) وجاء اختيار من يحمل مدرس ثانيا بنسبة (16%) ومن يحمل لقب استاذ جاءت في المرتبة الاخيرة بنسبة بلغت (14%) والسبب هو ان الاستبيان شمل الدراسة الاولى ونصاب الاستاذ اقل من البقية ولو شمل الدراسات العليا لاحتل الاستاذ المرتبة الاولى انظر الجدول رقم (4)

العلاقات العامة والصورة الذهنية

جدول رقم (4) يبين الافضل في ايصال المادة للطالب

الاختيار	قسم الصحافة	قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	قسم العلاقات العامة	المجموع
تدريسي يحمل لقب استاذ	5	4	6	14
تدريسي يحمل لقب استاذ مساعد	25	39	36	100
تدريسي يحمل لقب مدرس	5	6	5	16
تدريسي يحمل لقب مدرس مساعد	---	---	---	---

اما السؤال الخامس فكان حول المادة الدراسية وطريقة ايصالها للطلبة واليات التعامل معها يلعب دورا في رسم صورة ايجابية عن التدريسي فاجاب جميع الطلبة من كلا الجنسين وفي جميع الاقسام وبنسبة (100%) ان المادة الدراسية وطريقة ايصالها للطلبة واليات التعامل معها يلعب دورا في رسم صورة ايجابية عن التدريسي وهذا يدل على ان المحاضرات التي يلقيها التدريسي على الطلبة خلال السنة الدراسية وطريقة تعاوية معها وامكانية ايصالها بحيث تكون واضحة ومفهومة لجميع الطلبة هي الاساس في رسم صورة ذهنية حسنة عن التدريسي

كماوضح في الجدول رقم (5)

العلاقات العامة والصورة الذهنية

جدول رقم (5) يبين هل ان المادة الدراسية وطريقة ايصالها للطلبة واليات التعامل معها يلعب دورا

في رسم صورة ايجابية عن التدريسي في الجامعة

المجموع	الاناث	الاناث	الذكور	الذكور	القسم
	لا	نعم	لا	نعم	
25	-----	10	-----	15	الصحافة
39	-----	7	-----	32	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية
36	-----	27	-----	9	العلاقات العامة
100	-----	44	-----	56	المجموع

اما السؤال السادس قين هل كانت لدى الطلبة صورة عن التدريسي قبل دخولة الى الجامعة فكانت

الاجابة نعم بنسبة (100%) من الطلبة بواقع (56%) ذكور و (44%) اناث في جميع اقسام الكلية

وهذا يدل على ان الطلبة من كلا الجنسين يجمع ويكون في ذهنة تصورات عن الحياة الجامعية وهم

في المرحلة الاعدادية بما في ذلك تصورات عن التدريسيين فيها انظر الجدول رقم (6)

جدول رقم (6) يبين هل كانت لدى الطالب صورة عن التدريسي قبل دخوله الى الجامعة

المجموع	الاناث	الذكور	الاناث	الذكور	القسم
	لا	نعم	لا	نعم	
25	----	10	----	15	الصحافة
39	----	7	----	32	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية
36	----	27	----	9	العلاقات العامة
100	----	44	----	56	المجموع

اما السؤال السابع فهو مرتبط بالسؤال السادس فكان يبين فيما اذا حصل تغيير في الصورة المشككة لدى الطلبة قبل الدخول للجامعة فاجاب (100%) من الطلبة ومن كلا الجنسين ان هناك تغييرا حصل على الصورة الذهنية التي يحملونها بعد دحولهم الى الجامعة وهذه حالة طبيعية فان الصورة المشككة لدى الطلبة قبل الدخول الى الجامعة قد تكون غير واقعية مبنية على معطيات ومعلومات غير دقيقة وبعد معايشة الحالة عن قرب واكتشاف معلومات فهذه المعلومات قد تؤدي الى واحا من اربع خيارات إما أن تضيف إلى التصور الحالي الموجود معلومات جديدة، أو تدعم التصور الحالي أو تحدث مراجعات طفيفة على هذا التصور أو تؤدي إلى إعادة بناء التصور الذي لدى الفرد لواقعه بشكل جيد وهذا ما حصل بالنسبة للطلبة والجدول رقم (7)

جدول رقم (7) يبين فيما اذا حصل تغيير في الصورة المشككة قبل الدخول للجامعة

المجموع	الاناث	الاناث	الذكور	الذكور	القسم
25	-----	10	-----	15	الصحافة
39	-----	7	-----	32	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية
36	-----	27	-----	9	العلاقات العامة
100	-----	44	-----	56	المجموع

اما السؤال الثامن فيبين فيما اذا كانت الصورة التي تشكلت بعد الدخول الى الجامعة ايجابية فكانت الاجابات كما يلي اجاب (43%) من الذكور بنعم اي ان الصورة التي تكونت ايجابية في حين اجاب (13%) لا اي ان الصورة التي تشكلت غير ايجابية وهي نسبة قليلة مقارنة مع النسبة التي كانت اجاباتها بالايجاب اما الاناث فقد اجابت (38%) نعم اي ان الصورة التي تكونت ايجابية في حين اجابت (6%) لا اي ان الصورة التي تشكلت غير ايجابية وهي نسبة قليلة جدا لا تكاد تشكل معيارا مقارنة مع النسبة التي كانت اجاباتها بالايجاب من كلا الجنسين كما موضح في الجدول رقم (8)

جدول رقم (8) يبين فيما اذا كانت الصورة التي تشكلت بعد الدخول الى الجامعة ايجابية

المجموع	الاناث	الاناث	الذكور	الذكور	القسم
	لا	نعم	لا	نعم	
25	2	8	3	12	الصحافة
39	2	5	7	25	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية
36	2	25	3	6	العلاقات العامة
100	6	38	13	43	المجموع

اما السؤال (9) يبين العوامل التي ادت الى رسم صورة عن التدريسي في الجامعة لدى الطالب في هذا السؤال ايضا كما في السؤال الثاني والجدول الثاني وضع الباحث عدة خيارات تمثل العوامل التي ادت الى رسم وتكوين الصورة الذهنية عن التدريسي بناء على المعطيات النظرية والعملية وخبرة الباحث في هذا المجال ومعايشته للحالة وتعامل الباحث مع كل خيار باعتبارها سؤالاً منفرد واستخرجت النسب على هذا الاساس لانه اعطي للطالب فرصة لاختيارات عديدة وبالفعل فقد اشر جميع الطلبة ومن كلا الجنسين على جميع الخيارات التي وضعها الباحث وكما يلي ان نسبة (100%) من الطلبة من كلا الجنسين يرى ان التعامل المباشر مع التدريسيين من خلال اللقاء المحاضرات ادت الى رسم صورة عن التدريسي وان نسبة (100%) من الطلبة من كلا الجنسين يرى ان قضاء وقت طويل في الجامعة واكتشاف العديد من الامور التي تتعلق بالجانب العلمي والاجتماعي والاداري للتدريسي والتعامل مع الطلبة التي شكلت تصورات مختلفة لدى الجميع في حين ان نسبة (76%) من الطلبة من كلا الجنسين ترى ان هناك مواقف عابرة

العلاقات العامة والصورة الذهنية

تتعلق بالجانب الانساني والتربوي للتدريسي كانت سببا وعاملا في تكوين صورة ذهنية عن التدريسي و ان نسبة (100%) من الطلبة من كلا الجنسين يرى ان التعامل مع الطلبة بتلقائية وطيبة والعمل على حل مشاكل الطلبة عاما اخر من عوامل تكوين الصورة الذهنية عن التدريسي وهكذا توزعت اجابات الطلبة على الخيارات جميعها وبنسب عالية بشكل مطلق وهذا يدل على ان تلك الخيارات تعتبر العوامل الرئيسة التي تعمل على تكوين صورة ذهنية للطلاب عن التدريسي انظر الجدول رقم (9)

جدول رقم (9) يبين العوامل التي ادت الى رسم صورة عن التدريسي في الجامعة لديك

الاختيار	قسم الصحافة	قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	قسم العلاقات العامة	المجموع
التعامل المباشر مع التدريسيين من خلال لقاء المحاضرات	25	39	36	100
قضاء وقت طويل في الجامعة واكتشاف العديد من الامور التي تتعلق بالجانب العلمي والاجتماعي والاداري للتدريسي والتعامل مع الطلبة التي شكلت تصورات مختلفة لدى الجميع	25	39	36	100
مواقف عابرة تتعلق بالجانب الانساني والتربوي للتدريسي	19	27	30	76
التعامل مع الطلبة بتلقائية وطيبة والعمل على حل مشاكل الطلبة	25	39	36	100
المستوى العلمي العالي والقدرة على ايصال المادة للطلبة	25	39	36	100

الخاتمة وتضمن

اولا :الاستنتاجات : توصل البحث الى عدد من المقترحات وهي

- 1- ان الطلبة من كلا الجنسين تكونت لديهم صورة ذهنية عن التدريسي قبل دخولهم الى الجامعة
- 2- بعد دخول الطلب او الطالبة الى الجامعة حصل تغيير في الصورة التي يحملها وبذلك تحقق

الهدف الاول للبحث

- 3- هناك بعض الاساليب يحب الطلبة ان يتصف بها التدريسي ويسير عليها منها تبسيط المادة وتوضيحها للطلبة و محولته جعل الطلبة يحبون المادة وكذلك المرونة التي يتمتع بها في التعامل مع

الطلبة

- 4- كما ان هناك بعض الاساليب لا يحب الطلبة ان يتصف بها التدريسي ويسير عليها منها ان يكون التدريسي قاسي في التعامل مع الطلبة والتظاهر بالصعوبة والتشدد للغطية على ضعفه في

الجانب العلمي

- 5- كما استنتج البحث ان المادة الدراسية وطريقة ايصالها للطلبة واليات التعامل معها يلعب دورا في رسم صورة ايجابية عن التدريسي في الجامعة

- 6- هناك العديد من العوامل التي ادت الى رسم صورة عن التدريسي في الجامعة منها التعامل المباشر مع التدريسيين من خلال لقاء المحاضرات , و قضاء وقت طويل في الجامعة واكتشاف العديد من الامور التي تتعلق بالجانب العلمي والاجتماعي والاداري والتعامل مع الطلبة التي شكلت تصورات مختلفة لدى الطلبة من كلا الجنسين وكذلك التعامل مع الطلبة بتلقائية وطيبة والعمل على حل مشاكل الطلبة و المستوى العلمي العالي والقدرة على اصال المادة للطلبة وبذلك تحقق الهدف الثاني للبحث .

ثانيا : المقترحات والتوصيات: يوصي الباحث بما يلي

- 1- ضرورة الالتفات الى ان مستويات الطلبة مخرجات وزارة التربية متدنية ويترب على ذلك ان يقوم التدريسي بتبسيط المادة كثيرا للطلبة لتكون بمستوى فهم وادراك الجميع
- 2- على التدريسي ان يوجد الاجواء والاليات التي تجعل الطلبة يحبون المادة لكي يثير اهتمامهم من جهة ويفهموها ويكونو تصورا ايجابيا عن التدريسي من جهة اخرى.
- 3- ضرورة ان يشعر الطالبة بان التدريسي بمثابة اب , واخ, وصديق وجاء ليفيد الطلبة ويساعدهم لايريد ابد مضرة الطلبة اوالانتقام منهم وهذا يتطلب ايجاد اجواء خارج غرفة الدرس
- 4- متابعة بعضا من شؤون الطلبة ومشاركتهم افراحهم وهمومهم
- 5- ضرورة والاهتمام بالاحتفالات والمهرجانات والفعاليات التي يقيمها الطلبة داخل الجامعة ودعمها وحضورها وان تطلب الامر المشاركة بها
- 6- غرس المفاهيم والتقاليد الجامعية والاهتمام العالي بالمحاضرات لان لها دور كبير في رسم او تكوين الصورة والابتعاد عن النمطية لانها تولد الملل لدى الطلبة

الهوامش

- 1- نادر كاظم، تمثلات الآخر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2004، ص 19
- 2- محمد نور الدين افاية، الغرب المتخيل، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2000، ص 20.
- 3- نادر كاظم، مصدر سبق ذكره، ص 21.
- 4- أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، المكتبة العصرية، القاهرة، 2009هـ، ص 301.
- 5- Lewis.A friedland, communication ,community, and democracy, toward
atheory of the communicatively intergrated community, communication research ,
sage periodicals. Adivision of sage publications, thousand oask ,London. Newdelhi
,feberuary ,2001 , p 358
- 6- Joseph.B. walther. Celeste L.slovacek, Lisa C. Tidwell, Is pictureworth
athousand words? Photographic Image in longe-term and short- term
communication research , sage periodicals. Adivision of sage publications, thousand
oask ,London. Newdelhi ,feberuary ,2001 , p 105 .
- 7- الطاهر لبيب، صورة الآخر العربي ناظراً ومنظوراً إليه، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت
1999، ص 763
- 8- زينة عبد الستار، زينة عبد الستار مجيد : نظرية الصورة الذهنية وإشكالية العلاقة مع التنميط،
بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، تصدر عن كلية الإعلام - جامعة بغداد، العدد الثاني، 2006، ص
124.
- 9- طائع الحداوي، سيميائيات التأويل، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2006، ص 632

- 10- أحمد زايد، سايكولوجية العلاقات الدولية بين الجماعات، عالم المعرفة، العدد 326، عام 2006، الكويت، ص 65.
- 11- Noam Chomsky, media control, 2 and Edation printed in Canada, 2002. p22.
- 12- Gerald C. stone ,public releation telephon surveys :avoiding methodological debacles ,public releation s review, JAI press inc Greenwich,Connecticut ,London ,England ,1996 ,p 327
- 13- عزة مصطفى الكحكي، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري، بحث منشور في كتاب الإعلام وصورة العرب والمسلمين، وقائع المؤتمر السنوي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ج 1، 2002، ص 335.
- 14- رسول مطلق محمد : صورة الإرهابي لدى المواطن العراقي، رسالة ماجستير " غير منشورة " مقدمة إلى مجلس كلية الآداب - قسم الاجتماع - جامعة بغداد، 2008 ، ص 1
- 15- باقر موسى جاسم، الصورة الذهنية لوظيفة العلاقات العامة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام جامعة بغداد، 2008، ص 7
- 16- آرفن جميل شك، الاستشراق جنسياً، ترجمة عدنان حسن، شركة قدمس للنشر والتوزيع، بيروت، 2003، ص 80.
- 17- باتريك ملاهي، عقدة أوديب، ترجمة جميل سعيد، منشورات مكتبة المعارف، بيروت، 1962، ص 271.
- 18- آرفن جميل شك، الاستشراق جنسياً، مصدر سبق ذكره، ص 320.
- 19- كمال دسوقي، ذخيرة علوم النفس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، بدون تاريخ، ص 682.

- 20- المصدر نفسه، ص 683
- 21- Nicolas Defonzo and Prashant Bordia, how top PR professionals handles hearsay: Their Effects and strategies to manage them, Public relations review, journal of research and comment, editor Ray E. Hiebert, elever science I N C, 2000, p179
- 22- بيتر ماكليز، انشطار الذهن، تعريب حلمي نجم، دار الرشيد للنشر، بغداد، 1982، ص 227.
- 23- بيتر ماكليز : انشطار الذهن، تعريب حلمي نجم، بغداد، 1982، ص 227
- 24- زينة عبد الستار، مصدر سبق ذكره، ص 123.
- 25- كمال دسوقي، مصدر سبق ذكره، ص 683.
- 26- تيسير أبو عرجة، الإعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل، مجدلوي للنشر، عمان، 200، ص 111.
- 27- حمدي محمد ياسين، ثناء يوسف الضبع : الصورة القومية المتبادلة بين عينتين من الكلية السعوديين والمصريين، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الثالث لعلم النفس في مصر، مركز التنمية البشرية والمعلومات، القاهرة، 1987، ص 245.
- 28- William L. Benoit, Image Repair discourse Crisis Communcation , Public relations review, JAL press Inc, 1997, p178
- 29- آنا اندريشكوفا : صورة الآخر كخلفية لتصور الذات في المجتمع الروسي، صورة الآخر العربي ناظراً ومنظوراً إليه، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999، ص 157.

المصادر والمراجع

اولاً: الكتب العربية

- 1- أحمد، زكريا أحمد، نظريات الإعلام، المكتبة العصرية، القاهرة، 2009
- 2- افاية، محمد نور الدين، الغرب المتخيل، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2000.
- 3- جاسم، باقر موسى، الصورة الذهنية لوظيفة العلاقات العامة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام جامعة بغداد، 2008
- 4- جميل شك، آرفن، الاستشراق جنسياً، ترجمة عدنان حسن، شركة قدمس للنشر والتوزيع، بيروت، 2003
- 5- دسوقي، كمال، ذخيرة علوم النفس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، بدون تاريخ..
- 6- زايد، أحمد، سايكولوجية العلاقات الدولية بين الجماعات، عالم المعرفة، العدد 326، عام 2006، الكويت
- 7- طائع الحداوي، سيميائيات التأويل، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2006
- 8- عبد الستار زينة، نظرية الصورة الذهنية وإشكالية العلاقة مع التنميط، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، تصدر عن كلية الإعلام - جامعة بغداد، العدد الثاني، 2006،
- 9- كاظم، نادر، تمثيلات الآخر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2004.
- 10- الكحكي، عزة مصطفى، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري، بحث منشور في كتاب الإعلام وصورة العرب والمسلمين، وقائع المؤتمر السنوي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ج 1، 2002.
- 11- لبيب، الطاهر، صورة الآخر العربي ناظراً ومنظوراً إليه، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 1999،

- 12- ماكلير, بيتر, انشطار الذهن, تعريب حلمي نجم, دار الرشيد للنشر, بغداد, 1982
- 13- ملاهي, باتريك, عقدة أوديب, ترجمة جميل سعيد, منشورات مكتبة المعارف, بيروت,

1962

ثانيا : الكتب الاجنبية

- 1- Lewis.A friedland, communication ,community, and democracy, toward attheory of the communicatively intergrated community, communication research , sage periodicals. Adivision of sage publications, thousand oask ,London. Newdelhi ,february ,2001
- 2- Joseph.B. walther. Celeste L.slovacek, Lisa C. Tidwell, Is pictureworth athousand words? Photographic Image in longe-term and short- term communication research , sage periodicals. Adivision of sage publications, thousand oask ,London. Newdelhi ,february ,2001
- 3- Noam Chomsky, media control, 2 and Edation printed in Canada,2002
- 4- Gerald C. stone ,public releation telephon surveys :avoiding methodological debacles ,public releation s review, JAI press inc Greenwich,Connecticut ,London ,England ,1996
- 5- Nicolas Defonzo and Prashant Bordia,how top PR professionals handles hearsay:Their Effects and strategies to mange them ,Public releations review, journal of research and comment ,editor Ray E.Hiebert , elever science I N C, 2000
- 6- William L. Benoit ,Image Repair discourse Crisis Communcation , Public releations review ,JAL press Inc ,1997

الفصل الرابع
العلاقات العامة
وبرامج ادارة الازمات
في المؤسسات الصحية
ازمة مرض الكوليرا

مقدمة

تواجه المؤسسات المختلفة تحديات كثيرة تختلف نوعيتها باختلاف توجهات المؤسسة سياسيه او اقتصادية او اجتماعيه... مما يشكل تهديدا لوجود المؤسسة وسمعتها وبخاصه عند تحول تلك التحديات الى ازمات يجب على المؤسسة التعامل معها والسيطره عليها واحتوائها وهنا ياتي دور ادارة العلاقات العامة في المؤسسة المعنيه للعمل والقيام باعداد برامج خاصه بالتعامل مع الازمات وهو مايعرف ببرامج اداره الازمات. وبطبيعة الحال تختلف عملية ادارة الازمة عن الادارة بالازمات، اذ ان الاخيرة هي فعل يهدف الى توقف او انقطاع نشاط من الانشطة وزعزعة استقرار بعض الاوضاع بهدف احداث شيء من التغيير في ذلك النشاط لصالح مدبره، والحقيقة لقد برعت اللغة الصينية في نحت مصطلح الازمة، اذ ينطقونه wetgl وهي عبارة عن كلمتين الاولى تدل على الخطر اما الاخرى فهي تدل على الفرصة التي يمكن استثمارها، وتمكن براعة القيادة في تصورامكانية تحويل الازمات وما تحمله من مخاطر الى فرصة لاطلاق القدرات الابداعية التي تستثمر الازمة كفرصة لاعادة صياغة الظروف وایجاد الحلول السديدة هذا البحث يسلط الضوء على البرامج التي قامت بها او اعدتها وزارة الصحة في العراق للتعامل مع هذا الوباء حيث ينشط المرض في موسم الصيف وسجلت عدد من الاصابات في بعض محافظات العراق لاسيما الجنوبيه مما شكل ازمه واجهت المؤسسة الصحيه ممثله بوزارة الصحة ومؤسساتها المختلفه في عموم العراق.

حيث تعد وزاره الصحة من المؤسسات التي يمتد نشاطها وخدماتها الى كل المواطنين وبالتالي فهي ذات جمهور كبيرواسع ويشمل جميع فئات المجتمع وطبقاته لذلك فان بعض الازمات التي قد تتعرض لها الوزاره تكن كبيره نتيجة ضغط الجمهور واحتياجه لبعض البرامج والاجراءات المتعلقة بحياة وبقاء.

تضمنت هذه الدراسة على ثلاثة محاور تناول المحور الاول الاطار المنهجي للدراسة حيث اشتمل على مشكلة الدراسة واهميتها وهدفها والمنهج الذي اتبع فيها وادوات وطرائق البحث العلمي (و سائل جمع المعلومات) التي استعملها الباحث في حين تناول المحور الثاني الاطار النظري حيث تم تناول مفهوم الازمات واسلوب ادارتها ومرحل ادارة الازمه وانواع ازمات وتشكيل فريق عمل ادارته الازمه. اما المحر الثالث فقد تناول اجراءات وزارة الصحة في ادارة ازمه مرض الكوليرا فضلا عن تحليل تلك الاجراءات وتقويمها وبخاصة بعد مضي فتره من الزمن على القيام بها وبعضا من تلك الاجراءات والحملات مازال قائما وفي النهاية قدمت الدراسة خاتمة تضمنت عددا من الاستنتاجات وعدد من المقترحات.

المبحث الاول : الاطار المنهجي ويشمل

اولا : موضوع البحث : هذا البحث يتناول موضوع مهم وخطير في الوقت نفسه وهو الازمات وكيفية التعامل معها وادارتها وفق الاساليب العلمية المتعارف عليها في هذا المجال والاستفادة قدر الامكان من تجارب الدول التي تعرضت او تعاملت مع ازمات من النوع ذاتة ويشمل ذلك الاستفادة وتبادل الخبرات البشرية والفنية والعلمية للحيلولة دون استفحال تلك الازمات والسيطرة عليها وتطويرها وبخاصة الازمات الصحية كازمة مرض الكوليرا في العراق حيث يركز هذا البحث على الاجراءات التي قامت بها الادارات المختصة بالازمات في وزارة الصحة في العراق

ثانيا: مشكلة البحث: تعد خطوة تحديد مشكلة البحث من اهم الخطوات البحثية واكثرها تعقيدا وذلك لان جميع الخطوات الاخرى تبنى على اساسها⁽¹⁾ وتتركز مشكلة هذا البحث وفقا للاتي, على الرغم من خطورة مرض الكوليرا وانتشاره في البلد قد يؤدي الى كارثة تهدد حياة الناس وبالرغم من الاجراءات التي قامت بها وزارة الصحة على مستوى التوعية في وسائل الاعلام وكذلك على المستوى الاداري المتمثل بتشكيل غرفة عمليات مرض الكوليرا في الوزارة ,رغم ذلك سجلت العديد من حالات الاصابة في شمال ووسط وجنوب العراق وهذا يعطي مؤشرا بوجود قصورا او خللا في ادارة الازمة, لذلك جاء هذا البحث لي طرح التساؤل الاتي ماهي الاجراءات التي قامت بها الوزارة في ادارة الازمة؟ وهل كانت بمستوى التحدي؟ وماهي اوجة القصور فيها ؟ وكيف يفترض ان تكون ؟

ثالثا: اهمية البحث :ازدادت اهمية العلاقات العامة وادارة الازمات في المؤسسات الحكومية نتيجة المشاكل المؤقتة التي تواجهها, وعدم قدرة المواطن على تفهم هذه المشاكل بالكفاية المطلوبة (2) و تأتي اهمية البحث العلمي من خلال الموضوعات التي يتناولها

والمشكلات التي يتصدى لها (3)، فضلا عن ما يقدمه البحث للمجتمع من جهة وللبحث العلمي من اضافة في هذا المجال او ذاك وتأتي اهمية هذا البحث في تناوله لموضوع يهم الدولة كمؤسسة وكذلك المجتمع كجمهور من ناحية وقلة الدراسات المتعلقة ببرامج العلاقات العامة ومنها برامج ادارة الازمات. **رابعا:هدف البحث:** يهدف هذا البحث الى الاجابة على التساؤلات التي طرحتها المشكلة البحثية فيه ويمكن اجمالها فيما يلي :

- 1- ماهي اجراءات وزارة الصحة في المجال الاعلامي ؟
 - 2- ماهي اجراءات الوزارة في المجال الاداري ؟
 - 3- هل الاجراءات التي قامت بها الوزارة كانت كافية بحيث تمنع المرض اوتحد من انتشاره ؟
 - 4- كيف يفترض ان تكون تلك الاجراءات ؟
- خامسا :فرضية البحث:**افترض الباحث ان الاجراءات التي قامت بها وزارة الصحة ممثلة بدائرة الرعاية الصحية وغرفة عمليات مرض الكوليرا (الهيضة) المتعلقة بادارة الازمة كانت غير كافية بحيث لم تحد تلك الاجراءات من الاصابة بالمرض وانتشاره في العديد من المناطق في بغداد العاصمة والمحافظات وكذلك حصول عدد من الوفيات من جراء الاصابة بالمرض، حيث لم يكن الاجراء استباقيا بل تحصل الاصابة بالمرض ومن ثم يبدء التحرك للمعالجة بحيث ان الازمة المتمثلة بالمرض تسبق الاجراءات دائما وتولد حالة من المفاجئة

سادسا :منهج البحث ونوعه: المنهج هو الطريق الذي يسير او يحتذي به الباحث للوصول الى حل مشكلة البحث وتحقيق هدفه(4) ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية التي استهدفت جمع معلومات وبيانات عن ما قامت به وزارة الصحة

من اجراءات الادرة اللازمة واخضاعها للتحليل والدراسة, لذلك يعد منهج المسح من افضل وانسب

المناهج العلمية في سبيل تحقيق هدف البحث حيث تم مسح اعمال الوزارة في مجال ادارة اللازمة

سابعا: مجالات البحث : ان تحديد مجالات البحث يعد خطوة مكملية لخطوات البحث الاخرى (

والمراد بمجالات البحث هو ما يخضعة الباحث للبحث العلمي بمجاله الزماني والمكاني والمجتمعي)(5)

أ- المجال المكاني للبحث : وقد تحدد بمركز وزارة الصحة وغرفة عمليات مرض الكوليرا وقسم

الاعلام بمركز الوزارة وهي الجهات التي كانت معنية بمسؤولية بشكل مباشر بادارة اللازمة الخاصة

بالمريض.

ب- المجال الزماني للبحث : اختار الباحث الفترة من 2008/5/1 - 2008/9/30 حيث شهدت هذه

الفترة ذروة نشاط الوزارة واستعداداتها لمواجهة اسوء الاحتمالات المتمثلة بانتشار المرض في فصل

الصيف حيث يبلغ المرض ذروة نشاطه وينتشر بسرعة في هذا الفصل .

ج-المجال البشري (المجتمعي) على الرغم من ان الاجراءات الوقائية و قضايا التوعية تقع

على عاتق مؤسسات اخرى مثل وزارة البيئة وامانة بغداد بل وعموم المجتمع الا ان الباحث

سلط الضوء على نشاط وزارة الصحة وبالتحديد النشاطات التي قامت بها غرفة عمليات

مرض الكوليرا ونشاطات قسم الاعلام بالوزارة باعتبارها الادارات المعنية بادارة اللازمة واعداد

ووضع البرامج الخاصة بالتعامل معها.

ثامنا: طرائق البحث العلمي (وسائل جمع المعلومات)

أ- الملاحظة :هي عملية تفاعل بين الباحث والاطراف والحالات والضواهر الاخرى التي تجري عليها الملاحظة وهي تعطي معلومات لايمكن الحصول عليها بالطرائق الاخرى (5) وقد استعمل الباحث الملاحظة المنظمة اذ وفرت للباحث معومات عن اداء الادارات المعنية بالازمة في الوزارة.

ب- المقابلة : تعد المقابلة استبانة شفوية يقوم الباحث بجمع معلومات شفوية مباشرة من المفحوص يدونها الباحث بنفسه وهي عبارة عن حوار يدور بين الباحث (المقابل) والشخص الذي تتم مقابلة(المستجيب)(6) وقد اجرى الباحث مقابلات مع بعض المعنيين بادارة الازمة

تاسعا : طريقة التحليل : بعد مسح انشطة الادارات المعنية بالازمة تاتي خطوة مهمة وهي طريقة التعامل مع تلك المعلومات (7) لذلك قام الباحث باعداد استمارة خاصة بالبحث بناء على المعطيات النظرية وبناء على مايفترض ان يتضمن نشاط تلك الادارات فيما يتعلق بادارة الازمة تضمن ثلاث محاور واتجاهات رئيسية تتعلق باليات العمل التي يجب ان تقوم بها الادارة المعنية بالازمة المحور الاول يتعلق بالادارة نفسها يتمثل بتشكيل فريق عمل ادارة الازمة ومعرفة خطوات التحرك بما يتلائم او يواكب مراحل الازمة نفسها والثاني يتعلق بوسائل الاعلام والاستعانة بها والثالث يتعلق بالمجتمع وهيئات ومنظمات ذات العلاقة وهذا يتطلب تنسيقا بين القائمين على ادارة الازمة وكل اصحاب العلاقة في المحاور التي ذكرت.

عاشرا : تعريف المفاهيم والمصطلحات المشابهة لازمة

هناك عددا من المصطلحات التي يتبادر الى الذهن انها شبيهة او مرادفة للازمات يرى الباحث ضرورة الاشارة اليها هنا وتوضيحها ولو بشكل اجرائي وهي :

- 1- **الحادث** : هو خلل يؤثر تأثيرا ماديا على النظام بأكمله ولكنه لا يهدد الافتراضات الرئيسة التي يقوم عليها النظام وهو بذلك يختلف عن الازمة الافتراضات الاساسية التي تقوم عليها المؤسسة
- 2- **الكارثة** : هي التعبير المفاجيء ذي الاثر التدميري الذي ينتج عنه تغييرات ونتائج تتعلق بعملية التوازن والكارثة في مجملها تعد سببا للازمة
- 3- **المشكلة** : عمل قد يؤدي الى مصاعب واثار سلبية تتطلب حلا في غضون فترة زمنية ولكنه ليس بالضرورة عاجلا غير انها تحتاج الى جهد كبير ومنظم بصدد التعامل معها والمشكلة بمثابة تهديد للازمة
- 4- **الصراع** : وهو نتيجة لتكالب الناس على الموارد المادية والفرص المحدودة وهو عائق يهدد المؤسسات المختلفة ويصيبها بالخلل والاضطراب وغالبا ما يكون الصراع لا معروف الابعد والاطر والاتجاهات والازمة تمثل مرحلة متقدمة من مراحل الصراع
- 5- **ادارة الازمات** : هي سلسلة الإجراءات (القرارات) الهادفة إلى السيطرة على الأزمة والحد من تفاقمها حتى لا ينفلت زمامها مؤدية بذلك إلى نشوب خلاف، والعمل على تجنب تحول النزاع إلى صراع شامل بتكلفة مقبولة، لا تتضمن التضحية بمصلحة أو قيمة جوهرية. وتمثل إدارة الأزمات مجموعة من الخطط والأساليب والاستراتيجيات النشاطات الإدارية الملائمة لأوضاع استثنائية بغية السيطرة على المشكلات واحتوائها والحفاظ على توازن المؤسسة
- 6- **البرنامج** : هو مجموعة من الترتيبات المنهجية والموضوعية والشكلية-العامة والتفصيلية-التي يتم تنظيم المعلومات الخاصة بموضوع البرنامج، أي برنامج، على أساسها بحيث تصبح المعلومات في صورتها النهائية قادرة على تحديد مجموعة الأساسيات التي يتكون منها البرنامج وتقدمها بصورة تلقائية ومنظمة كلما طلب ذلك

- 7- **الحادث:** هو امر فجائي ينقضي اثره فور وقوعه فلا يتسم بالاستمرارية ولا بالامتداد واذا نجمت عنة ازمة فانها لا تمثله في الحقيقة وانما هي احدى نتائجه وقد تمتد فترة بعد نشوئها والتعامل معها
- 8- **الصدمة:** هي الشعور المفاجيء الحاد الناتج من حادث غير متوقع وهو يجمع بين الغضب والذهول والخوف ومن ثم تكون الصدمة احدى عوارض الازمات وواحدة من نتائجها فهي لا تمثل الا اطارا خارجيا عاما يغلف اسباب الازمة ويتطلب معها استيعاب تأثيرها في اقل وقت ممكن (8)

المبحث الثاني: الاطار النظري (ادارة الازمات)

ماهية الازمة

ان مفهوم الازمة (Crisis) من المفاهيم واسعة الانتشار في مجتمعنا المعاصر واصبحت بشكل او باخر تمس كل جوانب الحياه , و كلمة ازمة كلمة يونانية الاصل تدل على تغيير مفاجئ في الكيان الذي تحدث به , كما استخدم مصطلح الازمة في القرن السابع عشر للدلالة على ارتفاع درجة التوتر في العلاقات بين الدولة والكنيسية , واستخدام في القرن التاسع عشر للدلالة على ظهور مشاكل خطيرة و لحظات تحول فاصلة في تطوير العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وكثر استخدامها في كافة المجالات وشاع استخدام مصطلحات : الازمة الاقتصادية وازمات الانفجار السكاني وازمة العدالة الاجتماعية وبحلول القرن العشرين شاع استخدام الازمة نتيجة كثرة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والعسكرية والعلمية.(9)

الازمة في اللغة

تعني الشدة والقحط اما من الناحية العلمية فان لفظ ازمة يدل على مجموعة الظروف التي تعبر عن تهديد ومساس باستقرار الاشياء , وكنتيجة طبيعية لهذه المؤثرات تتفاعل الاحاسيس الانسانية لتنتج الاحساس بالخطر والتوتر وضيق الوقت اللازم لمعالجة نتائج هذا الخطر (10).

الازمة اصطلاحاً

ان التعريف العلمي لمصطلح الازمة ما زال غير متفق عليه لذلك سوف نورد بعض التعريفات لمفهوم الازمة.

عرف الصينيون القدماء كلمة الازمة (Crisis) او Si - We وهي كلمة مكونة من مقطعين هما خطر (Denger) وفرصة (Qppportunity) أي ان الازمة تنطوي على خطر يهدد الافراد والمؤسسات عليها معالجته وفرصة عليها اقتناصها.

تعرف الازمة وفق قانون "Webster" بانها نقطة تحول يحدث عندها تغير الى الافضل او الاسوء , وهي لحظة حاسمة او وقت عصيب (11)

مفهوم الازمة : تعبر الازمة عن موقف وحالة يواجهها متخذ القرار في احدى الكيانات الادارية سواء كانت دولة او مشروع والاسرة تتلاحق فيها الاحداث وتشابك معها الاسباب بالنتائج , ويفقد معها متخذ القرار قدرته على السيطرة عليها و على اتجاهاتها المستقبلية. وقد تناولت تعريف الازمات العديد من الادبيات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية حيث تعرفها ادبيات العلوم الاجتماعية بانها : توقف الاحداث في المنظمة واضطراب العادات والاعراف مما يستلزم التغيير السريع لاعادة التوازن وتكوين عادات جديدة اكثر ملائمة , وتعرف ايضا بانها الحدث الذي يعرض كل المنظمة للخطر, او يعرضها على اقل تقدير للضغط على طاقات المنظمة ومواردها وقدراتها وادارتها العليا.(12)

اما الادبيات السياسية فتعرف الازمة بانها :حالة او مشكلة تشكل خطرا على النظام السياسي مما يستدعي اتخاذ قرارات لمواجهة هذه الحالة او هي الموقف الذي يؤدي الى استخدام القوة العسكرية او المواجهة او التوصل الى اتفاق بين الطرفين او هي الادراك الذي يؤدي في اغلب الاحيان الى حرب شاملة.(13)

اما الازمة من الناحية الاقتصادية فتعرف بانها اضطراب يطرأ على التوازن الاقتصادي ينشأ من اختلال التوازن بين الانتاج والاستهلاك.

اما الازمة من الناحية الادارية : فهي تعني ظاهرة ادارية غير مستقرة تمثل تهديدا مباشرا وصريح لبقاء المؤسسة واستمرارها وتتميز بشئ من المخاطرة وتمثل نقطة تحول في اوضاع غير مستقرة تعود الى نتائج غير مرغوبة تؤثر سلبا على كفاءة وفعالية متخذ القرار ولاتستطيع المؤسسة تحملها لفترة طويلة.(14)

اما الازمات من الناحية الصحية :هي تلك النقطة الحرجة واللحظة الحاسمة التي يتحدد عندها مصير اما الى الافضل اي الحياة ا الى الاسوء اي الموت.

اما الازمة بمفهومها العام فهي :لحظة حاسمة ووقت حرج وحالة من عدم الاستقرار تنبئ بحدوث تغيير حاسم ووشيك كما انها تاخذ بخناق الناس وتقع في توقيت لا يختار المتاثرون بها يرى الباحث ان هناك ضرورة لوضع تعريف اجرائي عن ادارة الازمات الصحية وهي تلك الاجراءات والاعمال التي يجب تقوم بها المؤسسات الصحية للحيلولة , او للتقليل , او لمنع انتشار مرض او وباء معين , وذكرنا هنا كلمة يجب , لان الخلل او القصور في تلك الاجراءات قد يؤدي الى انتشار المرض وموت عدد من الناس وقد تتفاقم تلك الازمة وتهدد حياة مواطني الدولة بكاملها.

اسباب نشوء الازمات

تعددت الاسباب المؤدية الى نشوء الازمات اوتكون من مسبباتها وكما يلي (15)

اولا: الاسباب الانسانية وتشمل:

- 1- سوء التقدير والاحترام.
- 2- حب السيطرة والمركزية الشديدة.
- 3- تعارض الاهداف والمصالح.

ثانيا: الاسباب الادارية و تشمل:

- 1- سياسات مالية مثل ارتفاع التكاليف وضعف قدرة الرقابة.
 - 2- عدم التخطيط الفعال.
 - 3- اتخاذ القرارات بشكل عشوائي.
 - 4- عدم وجود أنظمة حوافز ناجحة.
 - 5- عدم توفر الوصف الوظيفي الجيد للمهام والواجبات. فالأزمة هي حالة انتقال من مرحلة الى اخرى يصاحبها نقص شديد في المعلومات وحالة من عدم التأكد، وهي مفتاح التطور والتغيير نحو الافضل او التقهقر والهلاك.
- لذلك يجب وضع برنامج او اكثر، للعمل بة في ظروف الازمة، اذا ما اراد القائمون على الواقع السياسي والاداري تفادي مصير التقهقر والهلاك على اقل تقدير، وبرنامج من هذا القبيل هو عبارة عن منهج يمثل تقنية تستخدم لمواجهة الحالات الطارئة التي لا يمكن تجنبها واجراء التحضيرات اللازمة لها قبل وقوعها. وهو بمعنى اكثر دقة اشبه بمحاولة تجميع المعلومات اللازمة عن مسببات الازمة ومن ثم تحليلها واتخاذ القرار المناسب بشكل سريع وفاعل

اسس تصنيف الأزمة

تتعدد الأزمات وتختلف أنواعها وفقا لعدة أسس أهمها: (16)

اولا: من حيث مرحلة التكوين تصنف الى

أ- مرحلة ميلاد الأزمة .

ب- مرحلة "مو واتساع الأزمة .

ج- مرحلة انحسار وتقلص الأزمة .

د- مرحلة اختفاء الأزمة .

ثانيا من حيث التكرارتصنف الى

أ- دورية متكررة. ب- غير دورية .

ثالثا:من حيث العمق تصنف الى

أ- أزمات سطحية غير عميقة هامشية التأثير .

ب- أزمات عميقة جوهرية هيكلية التأثير .

رابعا: من حيث الشدة والمعالجة تصنف الى

أ- أزمات تهدد الكيان .

ب- أزمات تؤدي إلى احتمال التدهور .

ج- أزمات تحت السيطرة .

د- أزمات لدينا الوقت المتاح لمعالجتها .

هـ- أزمات لدينا بدائل مختلفة لحها .

خامسا :من حيث الموضوع تصنف الى

أ- مادية ب- معنوية. ج- مادية ومعنوية ..

سادسا : من حيث المستوى تصنف الى :

أ- دولية ب- إقليمية ج- محلية د- مجموعات هـ- أفراد .

سابعا : من حيث الشمول تصنف الى

أ- عامة ب- جزئية.

ثامنا : من حيث التركيب تصنف الى

أ- معقدة ب- بسيطة.

تاسعا : من حيث المدة تصنف الى

أ- قصيرة. ب- متوسطة. ج- طويلة .

عاشرا : من حيث السبب او المسبب تصنف الى

أ- طبيعية ب- من صنع الإنسان .

حادي عشر : من حيث المهنة تصنف الى

أ- صيادلة ب- مهندسون ج- مدرسون.

ثاني عشر : من حيث المجال تصنف الى

أ- سياسية ب- اقتصادية ج- عسكرية د- دبلوماسية هـ - إجتماعية

ثالث عشرة : من حيث القطاع او النشاط تصنف الى

أ- عام ب- خاص ج- مشترك د- صحة هـ - تعليم و- صناعة.

رابع عشرة : من حيث الأداء السلوكي تصنف الى

أ- زاحفة ب- فجائية ج- عنيفة د- صريحة علنية هـ - ضمنية و- مستترة.

خامس عشرة : من حيث القدرة على التحكم تصنف الى

أ- يمكن التنبؤ بها والتحكم فيها نسبياً .

ب- لا يمكن التنبؤ او التحكم بها.

ج- يمكن التأثير في حجمها وآثارها فقط .

أنواع الأزمات:

يمكن أن تصنف الازمات إلى عدة أشكال وهي: (17)

1- أزمة شخصية أو جماعية ذات طابع معنوي تمس الجانب الإنساني أو الاجتماعي مثل الطلاق، المرض

الشديد، الطرد من العمل، وفاة أحد الوالدين، إلى غير ذلك من المشكلات والأزمات الشخصية.

2- أزمة اجتماعية تهز المجتمع بأسر مثل الزلزال، الفيضانات البراكين الحرب وفاة زعيم الأمة.

3- أزمة اقتصادية يغلب عليها الطابع المادي المؤثر في اقتصاد الأشخاص أو المجتمع أو الدولة كضرب العملة وتدهورها، الإفلاس، تكدس المنتجات وعدم القدرة على تصريفها.

4- أزمة دولية وشم المجتمع الدولي مثل التلوث البيئي الحروب الكبيرة بين أكثر من دولة والتسرب الإشعاعي.

5- أزمة إدارية وهي التي تتعلق بالمنظمة كاحتراق ملفات المنظمة أو إضراب الموظفين عن العمل، نقص المواد الخام، العجز المالي، الخلافات الحادة بين الإدارة العليا.

وهناك تصنيف اخر للأزمات وكما يلي:

1- حسب نوع ومضمون الأزمة: فهناك أزمة تقع في المجال الاقتصادي او السياسي إلخ، ووفق هذا المعيار قد تظهر أزمة بيئية، او أزمة سياسية، او أزمة اجتماعية، او أزمة إعلامية، او أزمة اقتصادية، وفي داخل كل نوع قد تظهر تصنيفات فرعية مثل الأزمة المالية ضمن الأزمة الاقتصادية، وهكذا.

2- حسب النطاق الجغرافي للأزمة: إن استخدام معيار جغرافي يؤدي الى ما يعرف: بالأزمات المحلية التي تقع في نطاق جغرافي محدود او ضيق، كما يحدث في بعض المدن او المحافظات البعيدة كانهيار جسر او حادث قطار.

ثم هناك ازمات قومية عامة تؤثر في المجتمع ككل كالتلوث البيئي او وجود تهديد عسكري من عدو خارجي.

3- حسب حجم الأزمة: يشيع معيار الحجم او الضخامة في تصنيف الأزمات فهناك:

أ- أزمة صغيرة او محدودة تقع داخل احدى منظمات او مؤسسات المجتمع .

ب- أزمة متوسطة .

ج- أزمة كبيرة .

ويعتمد معيار الحجم أو الضخامة على معايير مادية كالأضرار الناجمة عن الأزمة أو تعطل في توليد الطاقة الكهربائية .

4- حسب المدى الزمني لظهور وتأثير الأزمة: يعتمد هذا المعيار على عمر الأزمة، في هذا الإطار هناك نوعان من الأزمات .:

أ- الأزمة الانفجارية السريعة ب- الأزمة البطيئة الطويلة

5- حسب طبيعة التهديدات التي تخلقها الأزمة: تختلف التهديدات التي تواجه المنظمة أو المجتمع، وبالتالي يمكن تصنيف الأزمات استنادا إلى نوعية ومضمون التهديد، فهناك تهديدات خارجية موجه ضد المعلومات، ومجموعة متعلقة بالأعطال والفسل، وتهديد خارجي موجه ضد اقتصاد المنظمة، والخسائر الفادحة، وتهديدات نفسية، والأمراض المهنية وكما يلي :

1-أزمات دعوية :

2- أزمات تريبوية :

3- أزمات اقتصادية :

4- أزمات أمنية :

5- أزمات أخلاقية :

6-أزمات صحية

مراحل الأزمة :

تمر الأزمة من بداية ظهورها الى ان تنتهي بعدة مراحل وهي(18)

المرحلة الاولى : مرحلة ميلاد الأزمة:

في هذه المرحلة تبدأ الأزمة في الظهور لأول مرة في شكل شيء مبهم، إحساس غامض بوجود ما يلوح في الأفق – وهذا الإحساس ينذر بخطر غير محددة المعالم أو المدى الذي

سيصل إليه وذلك لا شك راجع إلى عدم توافر بيانات ومعلومات عن الأزمة واتساع نطاق المجهول الذى يسير فيه الفرد.

فإذا كان متخذ القرار لديه الخبرة والقدرة على استيعاب هذه المرحلة من مراحل الأزمة استطاع القضاء عليها في مهدها وإلا تقدمت الأزمة إلى المرحلة التالية. ويمكن القضاء على الأزمة في مولدها بتجميدها والقضاء عليها دون تحقيق أية خسارة أو صدام بين أطراف مختلفة، وكذلك بإيجاد محور اهتمام جديد يغطى على الاهتمام بالأزمة ويحولها إلى شئ ثانوى لا قيمة له، وكذلك يمكن القضاء عليها بإمتصاص قوة الدفع المحركة لها وتشتيت جهودها.

المرحلة الثانية : مرحلة نمو واتساع الأزمة

لم يستطع متخذ القرار أن يقضى على الأزمة في مهدها فنمت ودخلت في مرحلة نمو واتساع حيث تمت تغذيتها عن طريق:

- 1- مغذٍ داخلى للأزمة تستمد منه قوتها منذ نشأتها ولم يتم القضاء عليه
 - 2- مغذٍ خارجى تفاعل معها وبها ليضيف إلى الأزمة قوة دفع جديدة وقدرة على النمو والاتساع. ولن يمكن هنا إنكار الأزمة أو تجاهلها نظراً لدخول أطراف جديدة في صراع الأزمة لأن الخطر طال هذه الأطراف ووصل إليها وبالتالي لزم التنبيه بالأزمة ووجودها وتبدأ المطالبة بالتدخل قبل أن تستفحل وتصل إلى المرحلة التالية.
- ويمكن القضاء على الأزمة في مرحلتها تلك بعدم السماح بتطورها أكثر من ذلك وإيقاف نموها عند المستوى الذى وصلت إليه بتحييد وعزل المغذيات الخارجية التى تدعم الأزمة إما عن طريق استقطابها أو بث التعارض بين المصالح وبين استفحال نمو وتطور الأزمة.

المرحلة الثالثة: مرحلة قمة نضج الأزمة:

الوصول إلى هذه المرحلة نادر جداً في حياة الأزمات ولكن طالما كان هناك استخفاف وإستبداد وجهل وكبر تصل الأزمة إلى مرحلة النضج وتصبح ذات قوة تدميرية عالية وتصل إلى أقصى قوتها وعنفها ويستحيل السيطرة عليها بعد ذلك ولا مفر من الصدام معها وتبدأ سلسلة من نزيف الخسارة المتتالي حتى تنحسر الأزمة وتنتهى.

ولكن.. هناك أمل بسيط أن يتم القضاء على الأزمة عن طريق تحويل اتجاه الأزمة وبمل قسوتها نحو كبش فداء يتحمل كل التبعات السابقة وليحمله إعصار الأزمة حيث المقر النهائي له إما خارج المؤسسة أو الوفاة أو الاغتيال حيث القضاء على كل الأحلام ولبطموحات إلى حيث لا رجعة لها مرة أخرى.

المرحلة الرابعة: مرحلة انحسار وتقلص الأزمة:

وصلت الأزمة إلى مرحلة ليست نهائية حيث نضجت واتسعت بعد الإعصار الهائج في كل مكان في المرحلة السابقة واصطدمت بالعديد من الصخور فحدث لها نوع من التفتيت والانكسار فبدأت تتقلص وتنحسر ولكنها لم تنته بعد، حيث مازالت كالأمواج الضعيفة ممكن أن تعلوا حداثها في أى زمان طالما كانت هناك مصادر تغذيها وتستمد منها قوتها إذا لم تتحقق ما كانت تصبو إليه.

ولن تنتهى هذه الأمواج ولن تستقر إلا إذا انتهت الأزمة ودخلت في مرحلتها التالية والأخيرة. فإذا ظلت على حالة عدم الاستقرار تلك ظلت توجه المزيد من الضربات للكيان الموجود. حقيقة هى ضربات ليست عنيفة أو كالموج الهائج ولكنها تعطى حالة عدم الاستقرار أو التوازن ولن تنتهى إلا إذا اختفى هذا الكيان فهو لن يقوى على الصمود أمام هذه التوابع المتلاحقة.

المرحلة الخامسة: مرحلة اختفاء الأزمة:

وهي المرحلة الأخيرة من دورة حياة الأزمة حيث تفقد الأزمة هنا كل مظاهر قوى الدفع المولدة لها وتبدأ في التلاشي وينتهي الاهتمام بها وتنتهي.

مراحل إدارة الأزمة

تمر أي أزمة بخمسة مراحل رئيسية وإذا فشل مدير الأزمة في إدارة مرحلة من هذه المراحل فإن الأزمة تتفاقم أحداثها وتتزايد بصورة سريعة جداً ومتشعبة، وهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى: اكتشاف إشارات الإنذار المبكر

ترسل الأزمة قبل حدوثها وبوقت طويل إشارات تحذيرية مبكرة ومتتالية وما لم يوجد الاهتمام والفعالية الكافي بهذه الإشارات فمن المحتمل جداً أن تقع الأزمة. ويمكن تعريف نظم الإنذار المبكر بأنها أدوات تعطي علامات مسبقة لاحتمالية حدوث خلل ما يمكن من خلالها التعرف على أبعاد موقف ما قبل تدهوره، وتحويله إلى أزمة تمثل مصدراً للخطر على المنظمة.

ومن أمثلة الإنذار المبكر الممكن أن تتعرض لها المنظمات والمؤسسات المختلفة:

1-. إشارات الإنذار الخارجية: سواء التغيرات السياسية والتشريعية أو الاجتماعية والثقافية أو

الاقتصادية والإدارية

2-. إشارات الإنذار الداخلية: مثل المؤشرات المالية أو بيعية تسويقية أو مؤشرات إدارية. ونظراً لأهمية

نظام الإنذار فإن هناك إجراءات لقياس فاعلية نظم الإنذار المبكر وتقييم أدائها بشكل دوري.

المرحلة الثانية: الإستعداد والوقاية

ليس هناك طريقة لمنع كل الأزمات، ولكن النظام الوقائي يمكن أن يمنع امتداد أو انتشار الأزمة لباقي أجزاء المنظمة، كما أن تصميم الخطط ووضع السيناريوهات وتحديد دور كل فرد وقت الأزمة يزيد من كفاءة مواجهة الأزمة

المرحلة الثالثة: احتواء الأضرار أو الحد منها

في هذه المرحلة يتم احتواء الآثار الناتجة عن الأزمة وعلاجها، وتهدف هذه المرحلة في المقام الأول إلى تقليل الخسائر لأقصى حد ممكن حيث يتم عزل الأزمة لمنعها من الانتشار في باقي أجزاء المؤسسة أو المنظمة.

المرحلة الرابعة: استعادة النشاط

يجب أن يتوافر للمؤسسة خطط طويلة وقصيرة الأجل لإعادة الأوضاع لمل كانت عليه قبل الأزمة واستعادة مستويات النشاط، وهذه المرحلة تمثل عملية ترميم ما حدث. وهناك ثلاثة اعتبارات أساسية لتحقيق الكفاءة والفاعلية في عملية إعادة التوازن:

أولاً: الرغبة والحرص على إعادة التوازن.

ثانياً: المعرفة بما ينبغي تحقيقه في مرحلة إعادة التوازن.

ثالثاً: القدرة على إنجاز فعاليات مرحلة إعادة التوازن.

المرحلة الخامسة: التعليم

وهي تنصب على استرجاع ودراسة وتحليل الأحداث واستخلاص الدروس المستفادة منها سواء من تجربة المؤسسة أو من تجارب المؤسسات الأخرى وكيفية تحسين القدرات المستقبلية.

متطلبات إدارة الأزمات :

- 1- وجود نظام متكامل من البيانات والمعلومات
- 2- الاعتماد على استراتيجية التغيير المخطط
- 3- تشجيع روح المبادرة والإبداع
- 4- تفعيل المشاركة في اتخاذ القرار
- 5- مرونة الهياكل وأساليب العمل
- 6- تعزيز الخبرات الفردية في المجالات الإدارية
- 7- إيجاد نظم حدي للمراقبة والمتابعة

طرق التعامل مع الأزمة:

هناك العديد من الطرق المختلفة للتعامل مع الأزمة ومن ثم ادارتها ومنها: (19)

1- إنكار الأزمة:

يتم فيها التعتيم الإعلامي على الأزمة وإنكار حدوثها وعدم الاعتراف بوجود أى خلل فى الكيان مع الادعاء بسلامة كل شيء إذا ما تسربت بعض الأنباء عن الأزمة.

2- كبت الأزمة:

يتم فيها استخدام العنف والقوة لتدمير العناصر الأولية للأزمة وبشكل عام, وعدم الاستجابة لأية ضغوط وذلك حتى لا تتصاعد الأزمة وتظهر للعديد من الأفراد, والتحرك هنا يكون سريعا ومباشرا والتعامل مع كل المشتبه فيهم لإحداث الأزمة والقضاء عليهم فوراً.

3- إخماد الأزمة:

يتم فيها استخدام العنف البالغ والتعامل الصريح عن طريق الصدام العلنى مع كل القوة المؤثرة على الأزمة مع تصنيفيتها بدون مراعاة لأى أحاسيس أو مشاعر أو قيم, ويتم

اللجوء لهذه الطريقة إذا ما وصلت الأزمة لمرحلة التهديد الخطير والمباشر للعيان وأنه في حالة استمرارها سينهار هذا الكيان ويجب المحافظة عليه حتى يمكن الحفاظ على الحياة.

4- بخس الأزمة:

ويتم فيها التقليل من شأن الأزمة ومن تأثيرها ومن نتائجها, ولكن يتعين أولاً الاعتراف بالأزمة كحدث تم فعلاً ولكن غير مهم قليل الشأن سيتم التعامل معه بالأساليب المناسبة للقضاء عليه حتى يستعيد الكيان توازنه واتساقه وأداء عناصره بشكل سليم.

5- تنفيس الأزمة:

ويتم فيها إخراج ما نفوس مصادر الأزمة من غليان للحد من انفجارها ولإستخدام هذه الطريقة شروط وهي :

أ- دراسة الأزمة دراسة مستفيضة ومتعمقة .

ب- دراسة قوى الضغط على الأزمة .

ج- معرفة أطراف العلاقات وما هي المصالح والحقوق .

د- دراسة تصارع المصالح وتصارع الحقوق .

هـ- إيجاد وسائل التنفيس المناسبة التي تستغرق الجهد فتضعف قوى الأزمة الرئيسية وتفتت.

6- قمع الأزمة :

يتم ذلك من خلال تشكيل لجان (أساسية - فرعية - منبثقة) لبحث الأزمة ومعرفة من هم الذين أدوا إلى وجودها ومن ثم التعامل معهم ,وعادة ما تأخذ اللجان فترة مناسبة من الزمن حيث تجتمع وتؤجل اجتماعاتها مرات ومرات حتى ينسى الجميع الأزمة وأسبابها .

7- تفتيت الأزمة :

يتم فيها تفتيت قوى الأزمة إلى جزيئات يسهل التعامل معها منفردة مع اعطاء كل جزئ

بدائل مختلفة تستوعب كل جهوده وتقلل من خطورته ويتم التفتيت على ثلاث مراحل :

ا- مرحلة الصدام: حيث يتم مواجهة الأزمة بعنف ومن خلال هذا الاصطدام يتحدد مدى تماسك هذه القوى ومقدار استعداد كل منها للاستمرار في الصدام وتحمل تكلفته ومدى تراجع بعضها أو استعداده للتراجع .

ب- مرحلة إعطاء البدائل: حيث يتم إعطاء كل فريق من قوى الأزمة بعد تفتيت جهودهم بدائل مختلفة ومتشعبة ومتفرقة، ومن ثم يسهل التعامل مع كل فريق على حدة وبالطريقة الملائمة لمن يدير الأزمة .

ج- مرحلة التفاوض مع كل فريق: حيث يتم استقطاب وامتصاص وابتلاع وإذابة كل فريق على حدة عن طريق التفاوض معه من خلال رؤية علمية شاملة .

8- عزل قوى الأزمة : يتم فيها معرفة قوى الأزمة والمؤثر في أحداثها ومن الذى يقوم بتصعيده حتى إذا ما تم عزله أو على الأقل تم التقليل من تأثيره عليها الى ان يتم اختيار طريقة أخرى مناسبة لها تقلل حدة عن الأولى في حالة استمرار وجود هذه القوى .

ويتم عزل القوى بالتدريج أولا عزل القوى الصانعة للأزمة ثم القوى المؤيدة تليها القوى المهتمة .

9- احتواء الأزمة :

ويتم فيها محاصرة الأزمة وحصرها في نطاق ضيق ومحدود وتجميدها عند المرحلة التى وصلت إليها مع استيعاب الضغوط المولدة لها في نفس الوقت لإفقادها قوتها .

مثال: الأزمات العمالية من إضرابات واعتصامات وأعمال شغب من حيث إبداء التفهم والإنصات الجيد لقيادات الأزمة ومطالبتهم بتقديم مطالبهم ثم مطالبتهم بتوحيد رغباتهم ثم مطالبتهم بتشكيل لجنة تمثلهم لبدء الحوار والتفاوض .

10- تدمير الأزمة ذاتيا

ويتم ذلك عن طريق تفجير الأزمة من الداخل مع المواجهة المباشرة أيضاً، ويتم اللجوء إليها في حالة غياب كامل عن المعلومات أو في حالة معرفة كاملة ولكن لا مفر من الصدام .
ويتم ذلك عن طريق :

- أ- ضرب المناطق الضعيفة للأزمة حتى تتداعى أعمدتها وتفقد قوتها .
- ب- استقطاب بعض العناصر القوية ذات التأثير على قوى الأزمة وإيجاد صراع بين مؤيدي هذه العناصر وبين باقى العناصر التى لا تزال متمسكة بتيار الأزمة مما يمزق الأزمة ويجعل هناك خلل متسعا فيها .
- ج- تصفية العناصر القائدة للأزمة عن طريق تجريئها وإفقادها مصداقيتها ونزاهتها .
- د- إيجاد قادة جدد وزعماء أكثر اعتدالا وتفهما واستعداد لتولى قيادة الأزمة

11- تحويل مسار الأزمة:

وتستخدم في حالة الأزمات بالغة العنف والخسارة والتى لا يمكن وقف تصاعدها أو التعامل مع قوة الدفع المولدة لضغوطها ويمكن تحويل مساره والاستفادة من قوى الأزمة وقائدها بتحويله إلى شخص إيجابي ينتمي إلى من قام مسبقاً بالتمرد عليه.

12- تصعيد الأزمة:

وتستخدم عندما يجد الفرد نفسه أمام حالة غير واضحة المعالم وحتى يتم حل الأزمة لابد من تصعيدها بشكل أو بآخر حتى تصل إلى نقطة الفصل في حل الأزمة.

13- الوفرة الوهمية:

يتم إيجاد انطباع وهمى لدى الجماهير بأن هناك وفرة في الشيء محل الأزمة. وذلك لوقف الفرع و الهلع التى تصيب متضررى الأزمة

14- الاحتياطي الوقائي:

ويتم هنا الاستناد إلى نظرية حد الأمان حتى يستلزم معرفة المناطق الضعيفة التي يمكن للأزمة أن تخترقها ومن ثم إعداد احتياطي تعبوي وقائي يمثل حاجزا وقائيا لمواجهة أي اختراق.

15- المشاركة الحقيقية في التشخيص والعلاج:

يتم استخدامها عندما تتصل الأزمة بالأفراد والبشر عموماً وتستخدم في المجتمعات الراقية التي تتبع الشوى والديمقراطية بحرية وفي نفس الوقت يملك مدير أو قائد الأزمة حب الأفراد له واقتناعهم به ومن ثم فإنه يطلب مشاركة الرأي في التعامل مع الأزمة التي يواجهها ويتم هنا الإفصاح عن الأزمة وعن مداها وعن خطورتها وعن الخطوات التي اتخذت في سبيل التعامل معها وما هو المطلوب من الجميع اتخاذه من سلوك لإنجاح الخطة الموضوعة والمتفق عليها ودور كل مشارك في الخطة ومن ثم القضاء على الأزمة.

عوامل نجاح إدارة الأزمات :

هناك عدة عوامل لنجاح ادارة الازمات وهي (20)

- 1- إدراك أهمية الوقت: إن عنصر الوقت احد أهم المتغيرات الحاكمة في إدارة الأزمات، فالوقت هو العنصر الوحيد الذي تشكل ندرته خطرا بالغاً على إدراك الأزمة، وعلى عملية التعامل معها إذ ان عامل السرعة مطلوب لاستيعاب الأزمة والتفكير في البدائل واتخاذ القرارات المناسبة، والسرعة في تحريك فريق إدارة الأزمات والقيام بالعمليات الواجبة لاحتواء الأضرار او الحد منها واستعادة نشاط المنظمة.
- 2- إنشاء قاعدة شاملة ودقيقة من المعلومات والبيانات الخاصة بكافة أنشطة المنظمة، وبكافة الأزمات والمخاطر التي قد تتعرض لها، وآثار وتداعيات ذلك على مجمل أنشطتها،

ومواقف للأطراف المختلفة من كل أزمة أو خطر محتمل.

والمؤكد ان المعلومات الطبيعي لعملية اتخاذ القرار في مراحل الأزمة المختلفة، والإشكالية ان الأزمة بحكم تعريفها تعني الغموض ونقص في المعلومات، من هنا فان وجود قاعدة أساسية للبيانات والمعلومات تتسم بالدقة والتصنيف الدقيق وسهولة الاستدعاء قد يساعد كثيرا في وضع أسس قوية لطرح البدائل والاختيار بينها.

3- **توافر نظم إنذار مبكر** تتسم بالكفاءة والدقة والقدرة على رصد علامات الخطر وتفسيرها وتوصيل هذه الإشارات الى متخذي القرار.

4- **الاستعداد الدائم لمواجهة الأزمات:** ان عملية الاستعداد لمواجهة الأزمات تعني تطوير القدرات العملية لمنع او مواجهة الأزمات، ومراجعة إجراءات الوقاية، ووضع الخطط وتدريب الأفراد على الأدوار المختلفة لهم أثناء مواجهة الأزمات، وقد سبقت الإشارة الى عملية تدريب فريق إدارة الأزمات، لكن عملية التدريب قد تشمل في بعض المنظمات ذات الطبيعة الخاصة كل الأفراد المنتمين لهذه المنظمة، وتشير أدبيات إدارة الأزمات إلى وجود علاقة طردية بين استعداد المنظمة لمواجهة الكوارث وثلاثة متغيرات تنظيمية هي حجم المنظمة، والخبرة السابقة للمنظمة بالكوارث، والمستوى التنظيمي لمديري المنظمة.

5- **القدرة على حشد وتعبئة الموارد المتاحة،** مع تعظيم الشعور المشترك بين أعضاء المنظمة او المجتمع بالمخاطر التي تطرحها الأزمة، وبالتالي شحذ واستنفار الطاقات من أجل مواجهة الازمة والحفاظ على الحياة، وتجدر الإشارة إلى ان التحديات الخارجية التي تواجه المنظمات أو المجتمعات قد تلعب دوراً كبيراً في توحيد فئات المجتمع وبلورة هوية واحدة له في مواجهة التهديد الخارجي.

6- نظام اتصال يقيم بالكفاءة والفاعلية

لقد أثبتت دراسات وبحوث الأزمة والدروس المستفادة من إدارة أزمات وكوارث عديدة ان اتصالات الأزمة تلعب دورا بالغ الأهمية في سرعة وتدفق المعلومات والآراء داخل المنظمة وبين المنظمة والعالم الخارجي، وبقدر سرعة ووفرة المعلومات بقدر نجاح الإدارة في حشد وتعبئة الموارد وشحن طاقات أفراد المنظمة، ومواجهة الشائعات، وكسب الجماهير الخارجية التي تتعامل مع المنظمة، علاوة على كسب الرأي العام أو على الأقل تحييده.

ومن الضروري وضع خطط وقوائم للاتصالات أثناء الأزمة وتجديدها أول بأول، وكذلك تكليف أحد أفراد فريق إدارة الأزمة بإدارة عمليات الاتصال الداخلي والخارجي وإعداد الرسائل الاتصالية أو الإعلامية المناسبة التي يمكن من خلالها مخاطبة جماهير المنظمة.

المناهج العلمية في دراسة الازمات

يُعدّ التشخيص السليم للأزمات فان مفتاح التعامل معها، و أساسه هو وفرة المعلومات و البيانات أمام من يتولّى مهمة تشخيص الأزمة، كما أنّ مهمّة التشخيص لا تتمثّل في معرفة أسباب نشوء الأزمة و العوامل التي ساعدتها فحسب، بل في تحديد كيفة معالجتها أيضا و ذلك من أجل التأكّد من مدى ملائمة الخطّة المعدّة مسبقا لهذه الأزمة، و التعديلات التي تحتاجها(21)

إنّ الأزمة تُعدّ بمثابة مرض فجائي أصاب إنسانا معيّنًا و يهدّد حياته و يحتاج إلى معالجة سريعة، معالجة حاسمة، و شفاء المريض، و لا يمكن أن يتمّ تحقيق أيّ من هذه الأهداف دون تشخيص حالة المريض، ليس فقط من أجل معرفة المرض الذي أصابه، و لكن أيضا لمعرفة مدى قدرة المريض على تحمّل العلاج المقترح، و البدائل المناسبة للتعامل مع الحالة المرضيّة لهذا المريض (22)، على أن يتمّ هذا على أقصى درجة من السّعة، الدّقة و الكفاءة.

و يستخدم في تشخيص الأزمة عدّة مناهج أساسيّة وهي (23):

1- المنهج الوصفي التحليلي:

يعمل هذا المنهج على تشخيص الأزمة وفقا للمرحلة التي وصلت إليها، من حيث تحديد مظاهرها و ملامحها العامّة و الآثار الناجمة عنها، أي أنّه يعمل على إعطاء وصف شامل و متكامل لماهية الأزمة و الوضع الذي وصلت إليه و الأطراف الفاعلة فيه، و التداعيات التي قد تصل إليها. (24)

2- المنهج التاريخي:

يعتمد هذا المنهج على المدخل التدرجي لإدارة الأزمات، أي أنّ أيّ أزمة من الأزمات لا تنشأ فجأة و أنّها ليست وليدة اللحظة، و لكنّها نتاج تفاعل الأسباب و عوامل نشأت قبل ظهور الأزمة، و من هنا فإنّ أيّ تعامل مع هذه الأزمة يجب أن يُبنى أساسا على معرفة كاملة بالماضي التاريخي لها و كيفيّة تطوّرها. و يتمّ وفقا لهذا المنهج تقسيم الأزمة إلى مراحل تاريخيّة، يتمّ توصيف كلّ مرحلة و تتبّع العوامل التي أثّرت فيها، و العوامل التي تأثّرت بها، و من ثمّ معرفة أيّ عوامل كانت مسببة لها، و أيّا كانت ناجمة أو ناشئة عنها، و هذا ما سمح بتوضيح الرّؤيا حول كيفيّة التّعامل معها. (25)

3- منهج النّظم:

يُنظر للأزمة في هذا المنهج على أنّها نظام متكامل يحتوي على أربعة عناصر موضّحة كالتالي:

مدخلات الأزمة:

إنّ لكلّ نظام مجموع مدخلات يُعتمد عليها، و لا يمكن أن تتمّ لديه عملية التّشغيل أو الأداء المناسب التي يقوم عليها بدونها، و بالتّالي فإنّ تحديد المدخلات يساعد على تحديد بواعث الأزمة.

نظام تشغيل الأزمة:

إنّ قصور المدخلات لا يكفي بذاته لإيجاد الأزمة، بل إن هناك تفاعلا لاستخدام هذا القصور من أجل تشكيل نظام الأزمة، أي أنّ هناك خللا في نظام التشغيل أدّى إلى إفراز الأزمة.

مخرجات الأزمة :

و هذه المخرجات الخاصّة بنظام التشغيل تنصرف إلى ما أفرزته الأزمة من مظاهر و آثار أمكن الإحساس بها.

- التغذية المرتدة:

و هي عملية رقابية وقائية وجددها النظام التشغيلي التعامل مع الأزمة في جميع مراحلها، و التغلب عليها سواء بالسيطرة على مواردها و مصادر التوتّر، أو من خلال السيطرة على أداء أجزاء نظام الأزمة و تشغيله، أو في نظام المعلومات المرتدة...الخ للتأكد من أنّ جميع عملياته تتمّ وفقا لما هو محدّد و مطابق لما هو مستهدف، و اكتشاف أيّ قصور أو انحراف لمعالجته(26)

4- المنهج البيئي

حسب هذا المنهج فإن أي أزمة هي وليدة البيئة التي نشأت منها و فيها و تفاعلت معها، و أنّها نتاج البيئة التي تكوّنت فيها و أحاطت بها مؤثّرة فيها و متأثّرة بها. و بعد التشخيص يتمّ تصنيف القوى البيئية إلى ثلاث مجموعات هي :

المجموعة الأولى: قوى بيئية يمكن التحكم فيها بالكامل.

المجموعة الثانية: قوى بيئية لا يمكن التحكم فيها.

المجموعة الثالثة: قوى بيئية لا يمكن التحكم فيها، و لكن يمكن توجيهها و السيطرة على اتّجاهاتها بشكل معيّن.

و بالتالي يتم استخدام القوى الخاصة بالمجموعتين الأولى و الثالثة في التأثير على القوى الخاصة بالمجموعة الثانية، ومن ثم الحد من خطورة الأزمة.(27)

5- منهج دراسة الحالة:

يعتمد هذا المنهج على دراسة كل أزمة على حِدا، باعتبار أنَّ الأزمة حالة مستقلة لها طبيعة شديدة الخصوصية، فالأزمات لا يمكن أبدا أن تتماثل تماثلا تامًا، فاختلاف الزمان و المكان و موضوع الأزمة كفيل بأن يجعل من كل أزمة حالة خاصة بذاتها. و يقوم هذا المنهج على تشخيص دقيق للأزمة، و تتبّعها بشكل كامل تاريخيًا و تشغيليًا، و دراسة ما أدّت إليه، و من هنا يتيح هذا المنهج الوصول إلى رؤية أكثر دقة و عمقا، تتّصف بالشمول و الترابط باعتبار أنَّ الأزمة حالة في ذاتها و كوحدة متكاملة العناصر و الأجزاء، و من ثمّ تساعد على رسم طريقة معالجة الأزمة و الوصول إلى قرارات أكثر موضوعيّة لمواجهتها، و من ثمّ تتوافر للخطّة كافة عناصر النّجاح، خاصّة مع تضيق دائرة عدم التّأكد نظرا لاكتمال المعلومات(28)

6- منهج الدّراسات المقارنة:

و يقوم هذا المنهج على دراسة الأزمات التي تمّت في الماضي و مقارنتها موضوعيًا بالأزمات التي تواجهها في الحاضر، و من خلال الدّراسة المقارنة تتبيّن أوجه الاتّفاق و أوجه الاختلاف، و من ثمّ يتم استخدام العلاج فيما اتّفق و نجح في الماضي، و استحداث علاج فيما اختلف في الحاضر. و لكن يُستعمل هذا المنهج فقط في حالة حدوث أزمة قد حدثت من قبل، و لا يمكن استعماله في حالة حدوث أزمة جديدة.(29)

7- منهج الدّراسات المتكاملة

يستمدّ هذا المنهج تكامله من خلال استخدامه لجميع المناهج السّابقة فهو يصف و يُشخّص الحالة المعروضة التي وصلت إليها الأزمة و يتابعها تاريخيًا، و يدرسها في ضوء

الدراسات المقارنة التي تمت في الماضي، و فوق كل هذا يضيف إليها دراسة الأزمة كنظام.(30)

تسوية الأزمة:

تُعدّ هذه المرحلة الاختبار الحقيقي للخطط المعدة مسبقا و للتجهيزات المرتبة و للتدريب الذي سبق حدوث الأزمة، و في الواقع أنّ لكل أزمة تكتيكا معيّنا لإدارتها و التعامل مع أحداثها، إلا أنّه ذا الاختلاف لا يمنع من وجود قواسم مشتركة بين هذه الأزمات. و يمكن أن نقسّم هذه المرحلة إلى مرحلتين (31) المرحلة الاولى : مرحلة احتواء الأضرار و الحدّ منها:

المرحلة الثانية : مرحلة استعادة النشاط.

من سوء الحظّ، بل إنّه من المستحيل منع الأزمات من الوقوع طالما أنّ الميول التدميرية تعدّ خاصيّة طبيعيّة لكافة النظم، و على ذلك فإنّ المرحلة التّالية و التي تلي إدراك الأزمة هي إعداد الوسائل للحدّ من الأضرار، و منعها من الانتشار لتشمل الأجزاء الأخرى التي لم تتأثّر بعد في المنظّمة. و تُعدّ هذه المرحلة مرحلة جدّ هامة في إدارة الأزمات لأنّه على أساسها يمكن تقييم مدى نجاح إدارة الأزمات في المراحل السّابقة.

و فيما يلي بعض الجوانب التي يجب أخذها في الاعتبار أثناء هذه المرحلة(32)

1- تنفيذ الخطط:

يجب وضع الخطط المعدة مسبقا موضع التنفيذ، و محاولة الاستفادة من السيناريوهات التي تمّ إعدادها و اختبارها في مرحلة ما قبل الأزمة. و ممّا لا شكّ فيه أنّ بعض الخطط الموضوعة لمواجهة الأزمة بسيناريوهات مختلفة، تحتاج إلى تعديل تحمله طبيعة الأزمة و تطوّراتها المفاجئة لذا فإنّ المرونة في التطبيق بما يتلاءم مع الحدث و الموضوعيّة و الدّقة من

العناصر ذات الأهمية في فعالية تنفيذ الخطط ويعني تنفيذ الخطة تطبيق برنامج ادارة الازمة بكل دقة (33)

2- المعلومات و الاتصالات:

إن امتلاك المعلومات الحقيقية في الوقت المناسب هو الذي يضمن النجاح في هذه المرحلة، لذلك يجب الانتباه في ضرورة توفير المعلومات و القيام بالاتصالات الضرورية التي تضمن القدرة على احتواء الأضرار من خلال التعامل مع المعلومات وفهرستها وتصنيفها (34)

3- التعامل مع الإعلام:

يُعدّ الإعلام أهمّ وسيلة في الاتصال، لذا لابدّ على المنظمة التعامل مع الإعلام لما له من دور بارز و مؤثّر في تفاعلات الأزمة مع الاخذ بنظر الاعتبار ضرورة توفير وسائل اعلامية تصل الى جميع مواطني الدولة وبخاصة عند التعامل مع ازمات تهتم جميع الناس كما هو الحال بازمة مرض الكوليرا موضوع الدراسة (35)

4- أهمية الوقت:

إنّ الوقت يُعتبر حاسماً في مواجهة الأزمات بكافة أنواعها، لذا يجب على إدارة الأزمة كسب الوقت، و اختيار الوقت المناسب للتحرك، لما له من تأثير على سير المواجهة فهناك لحظة حرجية تعني اما الموت لاشيء او الحياة كل شيء في التحرك للمواجهة في الوقت المناسب (36)

5- سرّية المعلومات:

يجب على إدارة الأزمة أن تحافظ على سرّية العمليّات و الاتّصالات لأنّ التفريط في ذلك يؤدّي إلى تدمير كافّة الخطط، و لكن يجب الأخذ في الاعتبار أنّ الإفراط في السّرّية يؤدّي إلى حجب المعلومة، لذلك يجب على إدارة الأزمة تحديد درجات السّرّية و تصنيف

المعلومات تبعا لذلك و وفق معايير سليمة وهذا يكول من خلال التنظيم والتنسيق بين فريق العمل
راسيا وافقيا (37)

استراتيجية إدارة الأزمات

مواجهة الأزمات تحتاج الى ادارة قوية واعية لاعداد وتنفيذ خطة اجرائية سريعة وضرورية لمواجهة
الموقف بصفة اجمالية حتى تستطيع أن تحيط الأزمة كلها ثم بعد ذلك تفصل الأجزاء وفق امكانياتها
المادية والبشرية (38)

ويتم التعامل مع الأزمات من خلال التركيز على عدد من المتطلبات ومنها (39)

- 1- وضع تنظيم يحقق التوازن بين المهام الفنية والجوانب النفسية والاجتماعية وتحقيق العدالة في توزيع السلطة بين المستويات الادارية ويؤكد على المشاركة الايجابية والابتكار.
 - 2- تنمية القدرات الذاتية للنظام الادارى واستخدامها فورا في الحالات الطارئة.
 - 3- الاستعداد للتعامل مع الأزمات عن طريق اعداد وتدريب عناصر قادرة على التعامل مع الأزمات والقضاء عليها.
 - 4- تطوير وتحسين العلاقات الانسانية بين العاملين لتنمية القيم الروحية والأخلاقية والانسانية لتحقيق مفهوم صيانة النظام الادارى حتى يمكن تجاوز الخلافات الداخلية والاستعداد لمواجهة الازمة والقدرة على تحويل التوترات الداخلية الى مزايا واحتواء المشكلات واعادة تصحيح المسار(40)
 - 5- تنمية القدرة على التعلم من التجربة والخطأ ومن الظروف الصعبة التى تمر بها المنظمة.
- ولذلك تهتم المنظمات الإدارية في دول العالم المتقدمة بتطبيق منهج علم إدارة الأزمات في كافة مجالات العمل وذلك حرصاً منها على اتخاذ القرارات بأسلوب علمي بما يحقق لها

رؤية مستقبلية واضحة تعتمد على دقة المعلومات والتخطيط العلمي السليم لتجاوز الأزمات وحتى

تمرر بسلام كافة الصعوبات التي تواجهها (41)

ولأهمية ذلك الموضوع ينبغي على كل إدارة إعداد فريق خاص لمواجهة الأزمات حتى يمكن أن تتجنب

الكثير منها أو الحد من آثارها السلبية التي تنتج عن دخولها دون استعداد مناسب لمواجهتها وقد برز

علم إدارة الأزمات كمنهج وفكر إداري حديث يعمل على التعامل مع الأزمات بالأدوات العلمية

والإدارية لتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابيتها فإدارة الأزمة هو علم التوازنات ورصد حركة

واتجاهات القوى والتكيف مع المتغيرات المختلفة (42)

المبحث الثالث : الدراسة المسحية

يتناول هذا المحور عرضا كاملا لكل الاجراءات التي قامت بها وزارة الصحة في العراق في مجال الوقاية او العلاج او الحد من انتشار مرض الكوليرا في البلد على اعتبار ان وزارة الصحة بفروعها وتشكيلاتها المنتشرة في عموم العراق هي المعنية بالجانب الصحي وبالتالي فان الازمات التي تتعرض لها او ما يمكن ان يسمى ازمة يكون على شكل امراض او اوبئة تصيب البلد وتفرض على المؤسسة الصحية اجراءات يجب عليها القيام بها وبالرغم من ان تلك الاجراءات واضحة في الادبيات والمناهج الخاصة بادرة الازمات وكذلك التقارير التي تصدرها منظمة الصحة العالمية لمساعدة الدول على التعامل مع الازمات الصحية اوللقيام ببعض المهام والاجراءات التي من شأنها منع حدوث الازمات او الحد منها او التقليل من وطأتها وتقليل الخسائر الناجمة عنها سيما وان الحسائر في الازمات الصحية تعني الموت وفقدان ارواح الناس وهو شيء لايمكن تعويضة كما هو الحال في بقية اشكال الازمات.

اجرى الباحث مسحاً شاملاً عن الاجراءات التي قامت بها الوزارة في سنة 2008 وبالتحديد من 1/5/2008 - 30/9/2008 وقد اختار الباحث هذه الفترة بالتحديد لكثرة حالات الإصابة بالمرض حيث الاجواء الحارة التي تعتبر حاضنة للمرض وتزداد حالات الإصابة لذلك فان الازمة الخاصة بالمرض تمثل في هذه الفترة مرحلة النضج وهي المرحلة التي يبدأ فيها المرض بالانتشار وقد تابع الباحث اجراءات الوزارة لستة اشهر اخرى سابقة لهذه الفترة لمعرفة تلك الاجراءات فوجدها تنحصر بالاتي:

1- تم تشكيل غرفة عمليات سميت غرفة العمليات المركزية للسيطرة على مرض الكوليرا مهمتها التعامل مع متطلبات المرض بالتنسيق مع مديريات الصحة في بغداد

والمحافظات وكذلك التصريحات الرسمية التي تتعلق بالاعلان عن حالات انتشار المرض او انحساره اوالتبليغ عن حالات الاصابة او الوفاة جراء الاصابة بالمرض. ويمكن حصر اهم نشاطات هذه الغرفة او دجدول اعمالها كما يسمى في الغرفة بما يلي:

- أ- تقديم تقرير شهري عن مجمل حالات الاصابة في عموم العراق ومناقشة
- ب- مناقشة دور وزارة البلديات , وامانة بغداد المسؤولية عن توفير الماء الصالح للشرب
- ت- مناقشة دور وزارة البيئة في مراقبة صلاحية الماء للاستهلاك البشري
- ث- مناقشة دور وزارة الدفاع والداخلية في توفير الحماية اللازمة لمشاريع الماء
- ج- مناقشة دور مديرية الامور الطبية في متابعة السيطرة على مرض الكوليرا
- ح- مناقشة دور وزارة الكهرباء ووزارة النفط في ضمان تشغيل مشاريع الماء
- خ- تشكيل لجان مشتركة للتنسيق بين كل هذه الاطراف المعنية بالالزمة ومناقشة دور تلك اللجان
- د- مناقشة دور وزارة الصحة (دائرة الصحة العامة) بالتنسيق مع الدوائر الاخرى في دعم الرصد الوبائي , ودعم زيادة عدد نماذج البراز للتحري عن الكوليرا , وتوفير الادوية والمستلزمات الطبية والمختبرية , ومتابعة فحص نماذج الماء , ودعم اجراءات الرقابة الصحية , ودعم التوعية والتثقيف الصحي على مستوى كافة دوائر الصحة في المحافظات بالتنسيق والتعاون المتكامل مع جميع الوزارات والجهات المعنية ومؤسسات المجتمع المدني
- ذ- مناقشة دور وزارة التربية , ودورها في دعم خطة الطوارئ والخدمات الصحية المدرسية بما يعزز النهوض بكافة الخدمات التي تقدم للطلبة والسيطرة على الامراض التي تنتقل عن طريق التلوث بشكل خاص

ر - مناقشة دور وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وتوجيه اساتذة الجامعات والمعاهد والطلبة لياخذو دورهم الفاعل في توعية المجتمع حول مخاطر الامراض الانتقالية وكيفية الوقاية منها بشكل عام والسيطرة على مرض الكوليرا بشكل خاص وهذا الاجراء يمثل الجانب الاداري الذي يتمثل بتشكيل فريق العمل للتعامل مع الازمة وادارتها وقفا للمستجدات او المراحل التي تمر بها.

خطة السيطرة على مرض الهیضة الكوليرا لعام 2008

اعدت وزارة الصحة خطة للسيطرة على المرض , حيث يعتبر مرض الكوليرا من الامراض المتوطنة في العراق وهو مرض سريع الانتشار في حالات التفشيات الوبائية وتكمن خطورة المرض في حالات الاسهال الشديد التي تؤدي الى نسب وفيات عالية في حالة عدم اتخاذ الاجراءات الوقائية السريعة وتهدف هذه الخطة الى (43)

1-الكشف المبكر لمصابي وحاملي المرض ومعالجتهم

2-العمل على منع حدوث الوفيات والمضاعفات

3-اتخاذ الاجراءات الوقائية بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة

كما عملت الوزارة الى الاشتباه بوجود حالة الكوليرا من خلال التعريف القياسي للمرض وكما يلي:

ا - حدوث الجفاف الشديد او الموت بسبب الاسهال المائي لدى مريض يبلغ عمرة خمس سنوات فاكثر

في منطقة لم يعرف وجود هذا المرض فيها

ب - اصابة مريض يبلغ من العمر خمس سنوات او اكثر بالاسهال المائي الحاد مع القيء او بدونة في

منطقة يوجد فيها وباء الكوليرا

ج - يتأكد تشخيص الكوليرا عندما يتم عزل جرثومة المرض من اي مريض مصاب بالاسهال بعد توكيدة

في مختبر الصحة العامة المركزي

وهذه الاجراءات يمثل التعامل مع المرحلة الاولى من مراحل الازمة وهي مرحلة ميلاد الازمة وبعد تاكيد الاصابة بالمرض يتم الانتقال الى المرحلة الثانية للتعامل مع الازمة وهي مرحلة ظهور الازمة ونموها واتساعها ومعرفة الاسباب والمغذيات لهذا المرض سواء كانت داخلية او خارجية وهذه المرحلة من مراحل ادارة الازمة الخمس التي سبقت الاشارة اليها وهي اكتشاف اشارات الانذار المبكر للازمة وذلك باكتشاف حالات الاصابة بالمرض وذلك تمهيدا للتعامل مع الازمة وادارتها في كل مرحلة من مراحل نموها الى مرحلة اخمادها وموتها ونهايتها فضلا عن تلك الاجراءات وتشكيل اللجان وفريق عمل الازمة فان الخطة شملت العديد من وسائل التنفيذ وهي :

اولا : الاجراءات الوقائية للمرض وتشمل

- 1 - رصد حالات الاسهال المائي بموجب الاستثمارات الاسبوعية التي وزعت لهذا الغرض
- 2 - اخذ عينة من براز الاشخاص المصابين بالاسهال المائي الحاد والملابس للمرضى المؤكدة اصابتهم مختبريا للتحري عن المرض والتأكد من عدم وجود اصابات جديدة
- 3 - الاخبار عن الاصابات وحاملي المكروب الى مركز السيطرة على الامراض الانتقالية خلال 24 ساعة متضمنة جميع المعلومات الخاصة بالمريض وحاملي الميكروب
- 4 - تكتيف اعمال التثقيف الصحي على المواطنين وشرح مخاطر المرض وسبل الوقاية منه
- 5 - ارسال الموقف الوبائي الشهري والاسبوعي للمرض بموجب الاستثمارات الخاصة بالمرض

6 - ارسال احصائية بالمواد المخبرية والسوائل الوريدية والفموية فضلا عن المستلزمات الاخرى لتشخيص وتشخيص وعلاج المرض شهريا الى مركز السيطرة على الامراض الانتقالية والشركة العامة لتسويق الادوية والمستلزمات الطبية

7 - التاكيد على الاطباء في المؤسسات الصحية كافة اجراء الفحص المخبري للتحري عن اسباب حالات الاسهال المشتبه بها قبل اعطاء المضادات الحيوية

8 - التنسيق مع قسم المختبرات في دائرة الامور الفنية ومختبر الصحة المركزي بضرورة تامين الاوساط الزراعية والسرولوجية والمواد المخبرية الخاصة لتشخيص الهیضة (الكوليرا) بالكمية التي تحتاجها الدوائر الصحية

9 - متابعة المحلات الخاصة الخاضعة للرقابة الصحية مع متابعة ظاهرة باعة الاغذية المتجولين

10 - اقامة دورات تدريبية للكوادر الطبية والصحية والاطباء المقيمين على كيفيو علاج مرض الكوليرا واستعمال المحاليل الوريدية (الرنكر ,لاكتيت ,الهارتمن) وطريقة استعمال محلول الارواء الفموي

11 - اجراء فحوصات دورية للعاملين في مشاريع ومجمعات تصفية المياه للتأكد من سلامتهم من الامراض الانتقالية مثل الهیضة والتايفوئيد من قبل مركز الرعاية الصحية الاولى ضمن الرقعة الجغرافية للمنطقة مع قيام فرق الرقابة الصحية باجراء نفس الفحوصات انفا على العاملين في مجال الاطعمة وانواع المشروبات كافة ومعامل الثلج

ثانيا : المستشفيات العامة وتشمل

1 - فتح سجل بحالات الاسهال من مراجعي العيادات الخارجية والاستشارية مع كتابة بيانات عامة عن كل مصاب

2 - توفير امكنة خاصة في كل مستشفى لعزل الحالات المصابة بالكوليرا

3 - توفير الادوية العلاجية والمستلزمات الطبية الاخرى اللازمة

4 - الإبلاغ الفوري عن كل اصابة بالمرض الى مركز السيطرة على الامراض الانتقالية

5 - تفعيل الاجتماعات الخاصة لمناقشة الوفيات الحاصلة بسبب حالات الاسهال الحاد

ثالثا : مراكز الرعاية الصحية الاولى وتشمل

1 - التحري الوبائي عن الاصابة بمرض الكوليرا التي تظهر ضمن الرقعة الجغرافية لمركز الرعاية الصحية

الاولية واتخاذ جميع الاجراءات الوقائية اللازمة للسيطرة على المرض

2 - الاخبار الفوري الى وحدة الامراض المعوية والتنفسية الحادة ووحدة الرصد الوبائي عن كل حالة

اسهال مشتبّه اصابته بمرض الكوليرا

3 - اخذ نموذج براز للفحص المختبري للتحري عن ضمات الهيضة من المصابين بالاسهال المائي او

للمصابين بجفاف شديد نتيجة الاسهال او ملامس لاصابة مؤكدة اوحدوث حالة وفاة نتيجة للجفاف

4 - الإبلاغ الفوري عن كل اصابة بالمرض الى مركز السيطرة على الامراض الانتقالية

5 - تحديد المناطق ذات الخطورة العالية ضمن الرقعة الجغرافية للمركز

رابعا : اعداد وتنفيذ خطة طوارئ لتعزيز خدمات الصحة المدرسية وتشمل

تهدف هذه الخطة الى دعم خدمات الصحة المدرسية بما يعزز من الاصحاح البيئي ويؤمن الوقاية من الامراض

التي تنتقل عن طريق الماء والغذاء والبيئة الملوثة وقد تضمنت الخطة العديد من وسائل التنفيذ وهي :

1 - تكثيف الزيارات الميدانية الى المدارس الموجودة ضمن الرقعة الجغرافية للمركز الصحي وذلك بمعدل

زيارتين اسبوعيا لكل مدرسة ويتم خلال هذه الزيارات التاكيد على

ا - فحص نسبة الكلور في المياه المخصصة للشرب في المدارس

ب - المتابعة المستمرة لخزن المياه في المدارس واتباع الاساليب العلمية في الخزن والتي لا تسبب في تلوث المياه وتأمين الصرف الصحي للمياه الثقيلة من المدرسة

ج - تأمين وصول ماء نظيف للشرب والعمل على وصوله الى المدرسة سواء كان عن طريق اسالة الماء او العمل على توفير مياه معدنية للطلبة

د - متابعة تنفيذ النظافة العامة ونظافة الصفوف في المدارس والتنسيق مع اولياء امور الطلبة من خلال مجالس الاباء

ه - متابعة الحوانيت والمطاعم المدرسية والقريبة من المدارس وضمان حصول العاملين فيها على بطاقة الفحص التي تثبت خلوهم من الامراض الانتقالية

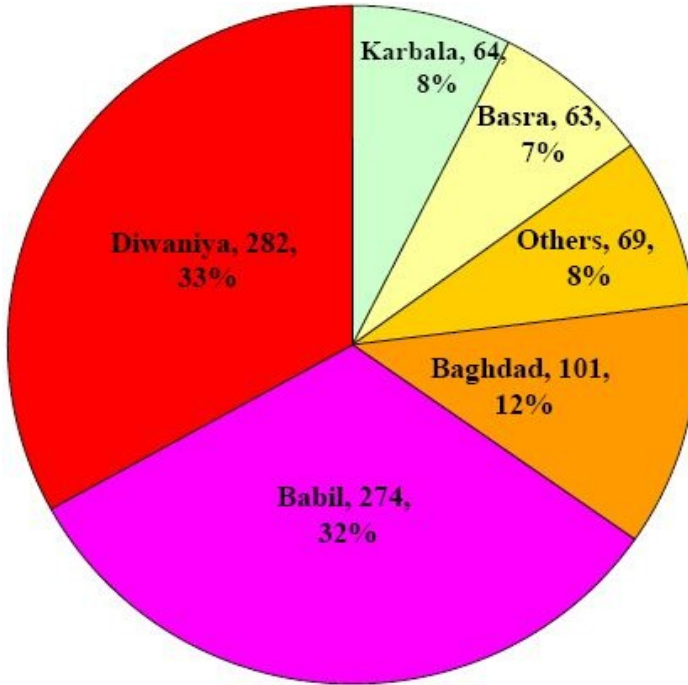
خامسا : التوعية والارشاد والاستعانة بوسائل الاعلام

لعدم وجود وسائل اعلام اذاعية او صحفية او تلفزيونية خاصة بوزارة الصحة لا يصلح خطط وبرامج الوزارة الى الجمهور في عموم المحافظات لجأت الوزارة الى التعاقد مع عدد من الصحف والقنوات الفضائية المحلية حيث تتولى الاخيرة مهمات التوعية والارشاد وايصال برامج الوزارة الى الناس والابلاغ عن الاطعمة والمشروبات الملوثة او التي يمكن ان ينتقل المرض من خلالها وكذلك المناطق التي ينتشر فيها المرض وكذلك القيام بزيارات ميدانية في بغداد للتعرف على المناطق التي يمكن ان تتعرض للاصابة التثقيف والتوعية باخطار الاصابة بهذا المرض واصدار التعليمات الخاصة بضرورة تعقيم المياه والفواكة والخضر قبل تناولها او شربها وتنظيم لقاءات اعلامية لبعض المسؤولين في الوزارة وعدد من الاخصائيين للشرح اولللتعليق ا و لتوضيح التباس او اجراء اما قسم الاعلام بمركز الوزارة فقد كان مسؤولا عن تنظيم اللقاءات الصحفية والاذاعية والتلفزيونية التي تقوم باجرائها تلك الوسائل مع المسؤولين في الوزارة اما على مستوى المحافظات فقد شهدت عدة حالات من الاصابة والوفيات اكثر من العاصمة بغداد

وبخاصة محافظات اقليم كردستان العراق كالسليمانية وعددمن محافظات الجنوب مثل بابل وقد شكلت لجان عليا في دوائر الصحة في المحافظات مهمتها متابعة تنفيذ مفردات الخطة ومراقبة الوضع الوبائي بالتنسيق مع الدوائر ذات العلاقة في المحافظات.. اما اللجان التنفيذية تقوم بمتابعة الاخبار عن الاسباب بالمرض بانواعها (اوكلوا، تاكل، انايا) من قبل شعبة الامراض الانتقالية الى مركز السيطرة خلال (24) ساعة، وكذلك التنسيق مع الجهات المعنية لتوفير المياه الصالحة للشرب وتنفيذ اعمال الرقابة الصحية على المحلات والباعة المتجولين والاسواق المحلية.

نلاحظ ان تلك الاجراءات انحصرت في ثلاث اتجاهات الاول هو الاتجاه الاداري والثاني هو الاتجاه الاعلامي او الاتصالي المتمثل في الاستعانة بوسائل الاعلام والاتصال المحلية في العامل مع الازمة والاتجاه الثالث هو الاتجاه المجتمعي المتمثل في الدور الذي قام به المجتمع بهيئاته ومرجعياته الدينية والنخب والشخصيات في التصدي لهذا المرض وهو الاتجاه الذي قام به المجتمع بعيدا عن وزارة الصحة واجراءاتها ولكن الهدف كان واحدا وهو محاولة الحد من انتشار المرض لذلك كانت جميع الاتجاهات الثلاث تسير باتجاه متوازي دون ان تتقاطع وتتشابك ,ولكن يلاحظ ان الاجراءات التي قامت بها الوزارة لم تمنع او تحد من انتشار المرض حيث اوضحت الاحصائيات التي التي اصدرتها الوزارة انظر المخطط رقم (1) يبين حالات الإصابة , والسبب في ذلك ان اجراءات الوزارة في مجال ادارة الازمة والتعامل مع المرض كانت علاجية اي اخذت جانب التخطيط العلاجي او الدفاعي وليس الوقائي اي انتظار وقوع الازمة ثم التصرف على اساسها وهذا الاجراء جعل الازمة وتبعاتها هي التي تتحكم في مجريات الامور وليس القائمين على ادارتها لذلك لم نشهد او نلاحظ ان هناك مراحل اوخطوات واضحة اوثابتة كما هو متعارف عليه سبق الاشارة اليها في المحور الثاني من البحث , فهناك اسباب وعوامل تقود

الى النجاح في ادارة الازمات , وهناك اسباب او مسببات لحدوث الازمات وكذلك الاخفاق او الفشل في ادارتها ونظرة فاحصة الى اسباب او عوامل نجاح ادارة الازمات الستة التي سبقت الاشارة اليها في المحور الثاني لا نجدها في ادارة الازمة في وزارة الصحة وهذا بدوره يشكل خلل يؤدي في النهاية الى الفشل



مخطط رقم (1) يبين النسب المئوية للإصابة بالكوليرا في عموم العراق

بالارقام والنسبة المئوية لها نسبة الى عدد السكان

المخطط من عمل وزارة الصحة

الاستنتاجات

خلص الباحث في النهاية الى التوصل الى عدد من الاستنتاجات وكما يلي

1- قامت وزارة الصحة ومديريات الصحة التابعة لها في بغداد والمحافظات بعدد من الاجراءات تمثلت في اقامة المؤتمرات الصحفية والاعلان عن حالات الإصابة وكانت تؤكد في كل مرة بان كل شيء تحت السيطرة بل في احد البيانات ذكرت التقارير ان جميع حالات الإصابة بالمرض قد تماثلوا للشفاء ولكن يلاحظ ان هناك نوع من عدم التنسيق بين المركز والفروع مما ادى الى خلق حالة من الارتباك وكان ذلك واضحا في التصريحات والتقارير التي تصدر من هذا الطرف او ذاك.

2- كان لوسائل الاعلام وبخاصة الصحف والقنوات الفضائية المحلية دور كبير يضاهي دور فرق الوزارة ومؤسساتها في التجوال في عموم العراق وتقديم التقارير والتحقيقات الاعلامية من مكان الحدث من منطلق المسؤولية الاعلامية تجاه المجتمع.

3- رغم الاجراءات التي قامت بها الوزارة الا انها لم تكن كافية وجاءت متاخرة بعد ظهور المرض ولم يكن الاجراء استباقيا بحيث يمكنه التقاط وتشخيص اشارات الانذار التي تسبق ظهور الازمة وادارتها

4- لم تكن هناك خطة واضحة او برنامج لادارة الازمة والتعامل معها وفق المراحل الطرق المتعارف عليها في ادارة الازمات الصحية واعداد البرامج الخاصة بذلك بل كان الجميع يتصرف ويعمل باعتبار طبيبا معالجا وليس اداريا عليا وضع خطة عمل او برنامج للتعامل مع الازمة وفقا لمتطلبات كل مرحلة

5- الافتقار الى المهارات التدريبية الكافية في المجال الاداري المتعلق بادارة الازمات والتعلم على

كيفية اعداد البرامج الخاصة بذلك

- 6- عدم الاستفادة من الخبراء والمتخصصين في ادارة الازمات وكذلك الدول التي تعرضت لمثل تلك الازمة
- 7- عدم القيام باجراء التجارب الوهمية (الممارسة العملية) لمعرفة امكانيات المعنيين بادارة الازمة وتقويم ادائهم بشكل دوري ومستمر ولاكسابهم الخبرات الكافية للتعامل مع الازمات عند حدوثها.
- 8- التنسيق والتعامل بشكل اكبر واوسع مع وسائل الاعلام المختلفة ودعمها لمساعدة الوزارة في ايصال برامجها الى جميع المواطنين
- 9- هناك قصور واضح في الفهم والتصور لمفهوم الازمة وكيفية التعامل معها بشكل علمي وكذلك الحال لبرامج ادارة الازمات

التوصيات والمقترحات

- 1- تشكيل فريق عمل مؤهل لجمع وتحليل حدوث الازمات المختلفة يهتم بتصريفها واجراء مسح دوري للبيئتين الداخلية والخارجية وبصورة شاملة
- 2- التركيز على البرامج التدريبية الخاصة بادارة الازمات لاعداد اشخاص مؤهلين للتعامل مع الازمات وادارتها
- 3- اجراء تجارب وهمية اي القيام بممارسات عملية للتعامل مع الازمات وتوثيق نتائجها وعدم الاكتفاء بالجوانب النظرية
- 4- اعداد برامج وخطط لادارة الازمات في الوزارت ومديريات الصحة في المحافظات والعمل على مراجعتها وتطويرها باستمرار
- 5- تجهيز غرفة عمليات مجهزة باحدث التقنيات الاتصالية مرتبطة بشبكة مركزية تعمل مجتمعة للسيطرة على ادارة الازمة
- 6- الاهتمام بالجانب الاعلامي والاتصالي باعتبارها احد الابعاد الرئيسية في مرحلة استعادة النشاط للمؤسسة اثناء وبعد حدوث الازمة
- 7- الاستفادة من تجارب الدول والمؤسسات التي تعرضت لازمات مشابهة وذلك باجراء المقارنات معها
- 9- الاستعانة بالخبراء والمتخصصين في ادارة الازمات للمساعدة في تقييم الخبرة في هذا المجال
- 10- اعتماد عنصر المفاجئة والمباغتة وتحصين المواطن ضد التعرض للمرض وذلك بالابتعاد عن مسببات المرض قبل الاصابة وشرح مخاطر المرض عبر اللقاءات والندوات والاعتماد على المدارس والجامعات والمعاهد للحيلولة من الاصابة بالمرض وعدم انتظار الاصابة ومن ثم التحرك للمواجهة انطلاقا من مقولة ((الوقاية خير من العلاج))

الهوامش

- 1- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، ط1، دار صغاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص33
- 2- عبد الرزاق محمد، فلسفة مناهج البحث العلمي، طرابلس، جامعة الفاتح، 1995، ص26
- 3- غازي حسين عنابة، اعداد البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 1986، ص 3
- 4- ذوقان عبيدان، عبد الرحمن عدس، كايد عبد الحق، البحث العلمي، نفهومة، ادواته، اساليبيه دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 1988، ص 183
- 5- هادي نعمان الهيتي، مقدمة في شروط البحث العلمي، بغداد، ص28
- 6- يعرب فهمي سعيد، طرق البحث، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1983، ص93
- 7- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار الشروق، جدة، 2009، ص36
- 8- ماجد سلام الهدمي، جاسم محمد الذهبي مباديء ادارة الازمات، الاستراتيجية والحلول، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009، ص27-31
- 9- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، الاسس والمباديء، عالم الكتب، القاهرة، 1976، ص37
- 10- موسى اللوزي، التطوير التنظيمي اساسيات ومفاهيم حديثة، ط2، دار وائل للنشر، 2003، ص198
- 11- محمد عبد الفتاح الصيرفي، مفاهيم ادارية حديثة، ط1، الاصدار الاول، الدار الجامعية للنشر والتوزيع عمان، الاردن، 2003، ص4

- 12- عاصم الاعرجي , ادارة الازمات في ظل العولمة بين الحركية الخطية والحركية اللاخطية , المؤتمر العلمي الرابع , 15-16/3/2005 , جامعة فيلادلفيا , الاردن , ص4
- 13- جاسم محمد الذهبي , نماء جواد العبيدي , ادارة الازمات وعلاقتها بانمط السلوك القيادي , دراسة تطبيقية في هيئة الكهرباء وتشكيلاتها مجلة العلوم الاقتصادية والادارية , جامعة بغداد , 2002 , ص7
- 14- مهند احمد الشعلان, ادارة الازمات , الاسس , المراحل , الاليات , ط2 , مطابع اكااديمية الملك نايف للعلوم الامنية , 2002 , ص24
- 15- جاسم محمد الذهبي , نماء جواد العبيدي , الاستراتيجيات المقترحة لادارة الازمات , مجلة العلوم الاقتصادية والادارية , جامعة بغداد , 2004 , ص11
- 16- فاروق السيد عثمان , سيكولوجية التفاوض وادارة الازمات , منشأة المصارف , الاسكندرية , 1998 , ص82
- 17- ماجد سلام الهدمي , جاسم محمد , مبادئ ادارة الازمات , الاستراتيجيات والحلول , دار زهران للنشر , عمان , الاردن , 2009 , ص48
- 18- فاروق السيد عثمان , سيكولوجية التفاوض وادارة الازمات , منشأة المصارف , الاسكندرية , 1998 , ص119
- 19- تقرير صادر عن وزارة الصحة دائرة الصحة العامة والرعاية الصحية الاولى , مركز السيطرة على الامراض الانتقالية
- 20- W. Timothy Coombs , Campus Crisis Management: A Comprehensive Guide to Planning, Prevention, Response, and Recovery, Collections: Education, Entire Library, london , England, 2008, p79

- 21- Sonya F. Premeaux, Denise Breaux, Crisis Management of Human Resources, Collections: Entire Library,newyork ,2007,p30
- 22- Keith Michael Hearit, Jeffrey L. Courthright, A Social Constructionist Approach to Crisis Management, Audi of America Inc.2003,54
- 23- Peter M. Wittenberg, Selective balance and crisis management, Collections: Entire Library,1996,p58
- 24- Bruce T. Blythe, The Human Side of Crisis Management Collections: Entire Library,2004,p66
- 25- Jennifer Harper, PR firm brands crisis management,library of congres,united states,2002,p22
- 26- Marc Houben, International Crisis Management,library of routladg,2005.p86
- 27- Reza Najafbagy The Crisis Management Capabilities and Preparedness, of Organizations: a Study of Iranian Hospitals, Collections: Entire Library,2011,p28
- 28- Afolakemi Olasumbo Oredein, Principals' Decision-making as Correlates of Crisis Management in South-west Nigerian Secondary Schools ,2010,p6
- 29- Dave Flynn, Janet Lenaghan, Managing Crises, Collections: Entire Library,2007,p24
- 30- Andy Podolak; Risk Management, Crisis Management Series, Collections: Entire Library ,2007,p49
- 31- -Marion K. Pinsdorf, All Crises Are Global, Collections: Entire Library,2004,p81
- 32- by Paul Raj Devadoss, Shan L. Pan, Leveraging E-government Infrastructure for Crisis Management, JITTA Journal press,2004,p6
- 33- John Geanakoplos, Solving the Present Crisis and Managing the Leverage Cycle, Collections: Entire Library, New York, 2010,p16

- 34- : Lawrence Erlbaum The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility
Contributors: Otto Lerbinger; Publisher Associates, Publication Year: 1997
- 35- Dominic Elliott, Ethné Swartz, Brahim Business Continuity Management: A
Crisis Management Approach Contributors: Herbane; Publisher: Routledge,
Publication Year: 2002
- 36- Maria Nathan The Paradoxical Nature of Crisis. Contributors;; Journal Title:
Review of Business. Volume: 21. Issue: 3. Publication Date: Fall, 2000.
- 37- Matthew W. Seeger, Timothy L. Sellnow, Robert R. Ulmer Communication and
Organizational Crisis Contributors;; Publisher: Praeger, Publication Year: 2003.

- 38- محمود جاد الله ,ادارة الازمات , دار اسامة ,عمان , الاردن. 2010 , ص
- 39- بشير العلاق , ادارة التفاوض , اليازوري للتوزيع والنشر, عمان , الاردن , 2010, ص
- 40- نعيم ابراهيم الظاهر,ادارة الازمات,عالم الكتب الحديث,عمان,الاردن,2009,ص13
- 41- عبد الرحمن توفيق , الادارة بالاهداف مركز الخبرات المهنية للإدارة , القاهرة , 2008 , ص11
- 42- عادل صادق محمد , الصحافة وادارة الازمات , دار الفجر للنشر والتوزيع, 2007, ص19

المصادر والمراجع

اولا : الكتب العربية

- 43- ربحي مصطفى عليان ,عثمان محمد غنيم , مناهج واساليب الحث العلمي , النظرية والتطبيق, ط1 ,دار صغاء للنشر والتوزيع , عمان , 2000 ,
- 44- عبد الرزاق محمد,فلسفة مناهج البحث العلمي,طرابلس,جامعة الفاتح, 1995
- 45- غازي حسين عنابة , اعداد البحث العلمي , مؤسسة شباب الجامعة , الاسكندرية , 1986 ,
- 46- ذوقان عبيدان, عبد الرحمن عدس, كايد عبد الحق ,البحث العلمي , نهضة ,ادواته ,اساليب دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ,عمان , الاردن , 1988 ,
- 47- هادي نعمان الهيتي , مقدمة في شروط البحث العلمي , بغداد ,
- 48- يعرب فهمي سعيد ,طرق البحث ,دار الحرية للطباعة ,بغداد , 1983 ,
- 49- محمد عبد الحميد,تحليل المحتوى في بحوث الاعلام,دار الشروق,جدة,2009,
- 50- ماجد سلام الهدمي ,جاسم محمد الذهبي مباديء ادارة الازمات,الاستراتيجية والحلول,دار زهران للنشر والتوزيع ,عمان,الاردن,2009,
- 51- سمير محمد حسين ,بحوث الاعلام ,الاسس والمباديء ,عالم الكتب ,القاهرة, 1976
- 52- موسى اللوزي , التطوير التنظيمي اساسيات ومفاهيم حديثة , ط 2 , دار وائل للنشر 2003 ,
- 53- محمد عبد الفتاح الصيرفي , مفاهيم ادارية حديثة , ط1 , الاصدار الاول , الدار الجامعية للنشر والتوزيع عمان , الاردن , 2003 ,

- 54- عاصم الاعرجي , ادارة الازمات في ظل العولمة بين الحركية الخطية والحركية اللاخطية , المؤتمر العلمي الرابع , 15-16/3/2005 , جامعة فيلادلفيا , الاردن ,
- 55- جاسم محمد الذهبي , نماء جواد العبيدي , ادارة الازمات وعلاقتها بانماط السلوك القيادي , دراسة تطبيقية في هيئة الكهرباء وتشكيلاتها مجلة العلوم الاقتصادية والادارية , جامعة بغداد , 2002 ,
- 56- مهند احمد الشعلان, ادارة الازمات , الاسس , المراحل , الاليات , ط2 , مطابع اكااديمية الملك نايف للعلوم الامنية , 2002 ,
- 57- جاسم محمد الذهبي , نماء جواد العبيدي , الاستراتيجيات المقترحة لادارة الازمات , مجلة العلوم الاقتصادية والادارية , جامعة بغداد , 2004 ,
- 58- فاروق السيد عثمان , سيكولوجية التفاوض وادارة الازمات , منشأة المصارف , الاسكندرية , 1998 ,
- 59- ماجد سلام الهدمي , جاسم محمد , مبادئ ادارة الازمات , الاستراتيجيات والحلول , دار زهران للنشر , عمان , الاردن , 2009 ,
- 60- فاروق السيد عثمان , سيكولوجية التفاوض وادارة الازمات , منشأة المصارف , الاسكندرية , 1998 ,
- 61- تقرير صادر عن وزارة الصحة دائرة الصحة العامة والرعاية الصحية الاولى , مركز السيطرة على الامراض الانتقالية
- 62- محمود جاد الله , ادارة الازمات , دار اسامة , عمان , الاردن . 2010 ,
- 63- بشير العلاق , ادارة التفاوض , اليازوري للتوزيع والنشر , عمان , الاردن , 2010 ,

64- نعيم ابراهيم الظاهر, ادارة الازمات, عالم الكتب الحديث, عمان, الاردن, 2009, 13

65- عبد الرحمن توفيق , الادارة بالاهداف مركز الخبرات المهنية للإدارة , القاهرة , 2008 ,

66- عادل صادق محمد , الصحافة وإدارة الازمات , دار الفجر للنشر والتوزيع, 2007

ثانياً: الكتب الأجنبية

1- W. Timothy Coombs , Campus Crisis Management: A Comprehensive Guide to Planning, Prevention, Response, and Recovery, Collections: Education, Entire Library, london , England, 2008

2- Sonya F. Premeaux, Denise Breaux, Crisis Management of Human Resources, Collections: Entire Library, newyork , 2007

3- Keith Michael Hearit, Jeffrey L. Courthright, A Social Constructionist Approach to Crisis Management, Audi of America Inc. 2003

4- Peter M. Wittenberg, Selective balance and crisis management, Collections: Entire Library, 1996

5- Bruce T. Blythe, The Human Side of Crisis Management Collections: Entire Library, 2004

6- Jennifer Harper, PR firm brands crisis management, library of congress, united states, 2002

7- Marc Houben, International Crisis Management, library of routladg, 2005

8- Reza Najafbagy The Crisis Management Capabilities and Preparedness, of Organizations: a Study of Iranian Hospitals, Collections: Entire Library, 2011

- 9- Afolakemi Olasumbo Oredein, Principals' Decision-making as Correlates of Crisis Management in South-west Nigerian Secondary Schools ,2010
- 10- Dave Flynn, Janet Lenaghan, Managing Crises, Collections: Entire Library,2007
- 11- Andy Podolak; Risk Management, Crisis Management Series, Collections: Entire Library ,2007
- 12- Marion K. Pinsdorf, All Crises Are Global, Collections: Entire Library,2004
- 13- Paul Raj Devadoss, Shan L. Pan, Leveraging E-government Infrastructure for Crisis Management, JITTA Journal press,2004
- 14- John Geanakoplos, Solving the Present Crisis and Managing the Leverage Cycle, Collections: Entire Library, New York, 2010
- 15- : Lawrence Erlbaum Associates The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility Contributors: Otto Lerbinger; Publisher, Publication Year: 1997
- 16- : Dominic Elliott, Ethné Swartz, Brahim Herbane Business Continuity Management: A Crisis Management Approach Contributors; Publisher: Routledge, Publication Year: 2002
- 17- Maria Nathan The Paradoxical Nature of Crisis. Contributors;; Journal Title: Review of Business. Volume: 21. Issue: 3. Publication Date: Fall, 2000.
- 18- : Matthew W. Seeger, Timothy L. Sellnow, Robert R. Ulmer Communication and Organizational Crisis Contributors; Publisher: Praeger, Publication Year: 2003.

الفصل الخامس

الصورة الذهنية

لانقلاب بكر صدقي

في الصحافة العراقية

دراسة تحليلية في جريدة الاهالي

المقدمة

يتناول هذا البحث موضوع مهم في تاريخ العراق في العهد الملكي يتمثل في الانقلاب العسكري الذي قام به عدد من قادة الجيش العراقي بقيادة الفريق بكر صدقي رئيس أركان الجيش العراقي سنة 1936م وتم تشكيل حكومة من الانقلابيين استمرت حوالي تسعة أشهر وكتب عنها الكثير بعض هذه الكتابات كانت مع الانقلاب وبعضها كانت ضده وجاء هذا البحث ليسلط الضوء على الصورة الذهنية التي حاولت ان ترسمها الصحف العراقية في حينها وتم دراسة الموضوعات التي تتحدث عن الانقلاب في واحد من أهم الصحف العراقية في ذلك الوقت وهي جريدة الأهالي التي كانت تصدر عن جماعة الأهالي وهي جريدة يومية سياسية جامعة صاحبها ومديرها المسؤول المحامي عبد القادر اسماعيل كما جاء في ترويسة الجريدة وجاء هذا البحث في ثلاثة محاور تناول المحور الاول الإطار المنهجي واشتمل عل مشكلة البحث وأهميته وأهدافه والمنهج المستخدم فيه وأدوات وطرائق البحث العلمي وعينة البحث.

اما المحور الثاني فكان الإطار النظري للبحث حيث قام الباحث فيه بوصف متغيرات البحث الاساسية وهي الصورة الذهنية حيث اشتمل على تعريف الصورة الذهنية حيث تناول الباحث عدد من التعريفات التي تناولها الخبراء والباحثين في مجال الصورة كما تناول وظائف الصورة الذهنية وخصائصها وعوامل بنائها وتناول ايضا وسائل الاعلام وبناء الصورة الذهنية كما تناول المحور الثاني وصفا كاملا للانقلاب حيث شمل نبذة عن حياة بكر صدقي والاعداد للانقلاب وتنفيذه وتشكيل حكومة من الانقلابيين وحل المجلس النيابي ومقتل بكر صدقي

اما المحور الثالث فتضمن الإطار التحليلي حيث شمل تحليل موضوعات الانقلاب في جريدة الاهالي والبالغه (260) موضوعا تراوحت بين الاتجاهات السياسية والاجتماعية

والوضع الاقتصادي والوضع الثقافي والتعليمي والوضع العسكري وفي النهاية توصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات في ضوء نتائج التحليل التي تناولها المحور الثالث.

المبحث الأول: الإطار المنهجي ويتضمن:

أولاً: مشكلة البحث: تعد خطوة اختيار مشكلة البحث من أهم الخطوات في مراحل البحث العلمي، وأكثرها صعوبة وغالباً ما يجد الباحث نفسه في حيرة من أمره وأمام مشكلات عدة ينبغي دراستها (1). وبذلك تنطلق مشكلة هذه الدراسة من عوامل التأثير في رسم وصنع الصورة الذهنية لشخصيات عسكرية وتاريخية تناولتها الصحف العراقية منذ تكوين الحكومة العراقية ثلاثينية القرن العشرين، لذلك يتطلع البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ماهي الصورة الذهنية لانقلاب بكر صدقي في الصحافة العراقية ؟
- 2- ماهي عوامل تكوين وتشكيل اتجاهات الصورة الذهنية ؟
- 3- هل تساهم وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية ؟

ثانياً: أهمية البحث: يمكن تأشير الأهمية التي شكلها البحث وفق الآتي:-

1. تكمن أهمية البحث وخصوصيته في أنه دراسة جديدة علمية تطبيقية لظاهرة قديمة تمتد وتعيد نفسها عبر المراحل التاريخية وهي حالة مهمة في تحديد العناصر والوظائف الأساسية في رسم وتحديد الصورة الذهنية للشخصيات.
2. يشكل هذا البحث اضافة نوعية في دراسة الصحافة ووسائل الإعلام ودورها في تشكيل الصورة الذهنية وتحديدها في الإطار السلبي أو الإيجابي حسب معطيات تلك الصورة.
3. تتمثل هذه الدراسة كونها محاولة جادة لإثراء العلم والمكتبة بموضوع يتعلق بوحدة من القضايا التي بدأت تفرض نفسها على الصعيد السياسي والعسكري والعناصر الأخرى في بناء وتشكيل الصورة الذهنية.

ثالثاً: أهداف البحث: يهدف البحث إلى ما يأتي:-

1. التعرف على أهم الآثار الإيجابية والسلبية للانقلاب.
2. التعرف على أهم خصائص وسمات الصورة الذهنية للانقلاب في اتجاهات الصحف العراقية.
3. معرفة مستوى خصائص الصورة الذهنية للفريق بكر صدقي.

رابعاً: مجالات البحث:

1. المجال البشري: يناقش البحث دراسة الصورة الذهنية لانقلاب الفريق بكر صدقي في صحيفة الأهالي أمودجاً.
2. المجال المكاني: أتخذ البحث من العراق مجالاً مكانياً للبحث، وتناول بشكل محدد انقلاب بكر صدقي في الصحف العراقية.
3. المجال الزمني: شمل المجال الزمني للبحث تحليل (260) موضوعاً نشرت في المدة الممتدة من تشرين ثاني 1936 - ايار 1937

خامساً: منهج البحث: يمثل المنهج أساس البحث العلمي، لذلك فهو الطريقة التي يمكننا عن طريقها الوصول إلى الحقيقة أو مجموعة الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختيارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى⁽²⁾. ويعد هذا البحث وصفاً وقد استخدم الباحث طريقة تحليل المضمون للتعرف على اتجاهات تشكيل الصورة الذهنية لانقلاب بكر صدقي في الصحافة، صحيفة الأهالي أمودجاً.

سادساً: طرائق البحث العلمي (وسائل جمع المعلومات)

تجدر الإشارة إلى إن هناك طرائق للبحث العلمي وهي الملاحظة والمقابلة والاستبانة والباحث في هذا البحث استخدم تحليل المضمون لتحليل الموضوعات في جريدة الأهالي التي تناولت الانقلاب حيث تم تقسيم الموضوعات الى فئات رئيسيه حسبما تناولتها

الموضوعات في الجريدة حيث تم تقسيمها الى فئة الموضوعات السياسية وفئة الموضوعات الاجتماعية وفئة الموضوعات اتجاه الوضع الاقتصادي وفئة الموضوعات تجاه الوضع الثقافي والتعليمي وفئة الموضوعات التي تناولت اتجاه الوضع العسكري وتم حساب تكراراتها ونسبتها استنادا إلى تلك الفئات.

سابعاً: عينة البحث

في سبيل الحصول على إعداد الجريدة قام الباحث بزيارة المركز الوطني للوثائق في المكتبة الوطنية عدة مرات واطلع على جميع إعداد الجريدة وتم استخراج الإعداد التي تحتوي على موضوعات لها علاقة بتكوين الصورة الذهنية وتحتوي على موضوعات لها علاقة بالفئات التي سبق ذكرها وباستخدام أسلوب الحصر الشامل لها وجد ان الموضوعات خلال الفترة من تشرين الثاني 1936 إلى ايار 1937 التي لها علاقة بموضوع البحث هي (260) فقط.

المبحث الثاني : الإطار النظري ويشمل

أولاً: انقلاب بكر صدقي

نبذة عن حياة بكر صدقي:

الفريق بكر صدقي هو أحد الضباط الشريفيين الذين اعتمد عليهم الشريف الحسين بن علي ملك الحجاز قبل الحرب العالمية الأولى، والذين انضموا إلى الأمير فيصل بن الحسين عندما تم تنصيبه ملكاً على العراق من قبل المحتلين البريطانيين في 25 تشرين الأول عام 1920.

ولد بكر صدقي عام 1866 من أبوين كرديين، في قرية (عسكر) قرب كركوك. درس في الأستانة، في المدرسة الحربية وتخرج منها ضابطاً في الجيش العثماني، وشارك في الحرب العالمية الأولى، في آخر سنيها، وبعد نهاية الحرب واندحار الإمبراطورية العثمانية، انضم إلى الجيش العراقي برتبة ملازم أول.

رغم كون بكر صدقي من أبوين كرديين، فقد كانت له ميول قومية عربية، ولذلك فقد تلقفه أنصار القومية العربية، من طبقة الحكام العراقيين، وتدرج في رتبته العسكرية حتى وصل إلى رتبة فريق ركن في عهد الملك غازي، واشتهر بالقسوة والعنف عندما قاد الجيش العراقي ضد ثورة الآشوريين عام 1933م، على عهد وزارة رشيد عالي الكيلاني، ثم ضد الحركة البارزانية، وضد ثورة العشائر في منطقة الفرات الأوسط عام 1935، وتوطدت العلاقة بينه وبين وزير الداخلية آنذاك السيد (حكمت سليمان) الذي أحبه كثيراً⁽³⁾.

ثانياً: الإعداد للانقلاب:

في أواخر عهد وزارة ياسين الهاشمي الثانية، اشتد الصراع بين الوزارة والمعارضة، التي عملت جاهدة لإسقاط الوزارة التي سعت للتمسك بالحكم بكل الوسائل والسبل، وفي تلك الأيام كان بكر صدقي، الذي شغل منصب قائد الفرقة العسكرية الثانية يتردد

باستمرار على دار قطب المعارضة المعروف (حكمت سليمان)، كان الحديث يدور حول استئثار وزارة الهاشمي بالحكم رغم افتقادها للتأييد الشعبي، وحين ذلك الحين اختمرت في ذهن بكر صدقي فكرة إسقاط وزارة الهاشمي بالقوة، عن طريق القيام بانقلاب عسكري.

كان بكر صدقي على علاقة وثيقة بالفريق (عبد اللطيف نوري) قائد الفرقة العسكرية الأولى، وقد عرض عليه بكر صدقي فكرة الانقلاب العسكري، لإسقاط وزارة الهاشمي الذي بدوره حبذ الفكرة، وتعهد على العمل معه، جنباً إلى جنب، وبدأ الاثنان يهيئان لحركتهم، واستطاعوا أن يضموا إلى صفوفهم قائد القوة الجوية العقيد (محمد على جواد)⁽⁴⁾.

وقد سارت الأمور بتكتم شديد، مما تعذر على الاستخبارات العسكرية كشف الحركة قبل وقوعها، وجاء موعد مناورات الخريف للجيش عام 1936، ووجد بكر صدقي ضالته المنشودة بهذه الفرصة، فقد كانت خطة المناورات تقتضي إجراءها فوق (جبال حميرين)، بين خانقين وبغداد، وكان المفروض أن تكون الفرقة الأولى بقيادة الفريق عبد اللطيف نوري في موضع الدفاع عن بغداد، وفي 29 تموز 1936 سافر رئيس أركان الجيش الفريق [ياسين الهاشمي] شقيق رئيس الوزراء في مهمة إلى خارج العراق، وأُناب عنه الفريق (عبد اللطيف نوري)، مما سهل على الانقلابيين الأمور كثيراً.

كان موعد المناورات قد حُدد يوم 3 تشرين الأول 1936، ولغاية 10 منه، ولذلك فقد قرر بكر صدقي تنفيذ الانقلاب خلال هذه المناورات وجرى الاتفاق على نقل الفرقة الثانية من (قرة تبة) إلى (قرغان) ليلة الثلاثاء 26 على 27 تشرين الأول على أن يجري تسلل وحدات الفرقة ليلة الخميس المصادف 28 على 29 منه إلى (بعقوبة) التي تبعد حوالي 60 كم عن بغداد.

كما جرى الاتفاق على نقل الفرقة الأولى من (بلدروز) في لواء ديالى فجر يوم الخميس 29 منه لتلتحق بالفرقة الأولى في بعقوبة، وجرى نقل العتاد للمدفعية من قبل بعض الضباط المؤتمنين في السليمانية، وقد جرى كل ذلك بتكتم شديد بحيث لم تستطع الاستخبارات العسكرية اكتشاف التحرك.

وفي يوم الثلاثاء المصادف 27 تشرين الأول، جرى لقاء قبل تحرك القوات الانقلابية بين بكر صدقي وعبد اللطيف نوري، واتفقا على موعد تنفيذ الانقلاب وتفاصيل الخطة، وجرى الاتفاق على تسمية حركتهم (القوة الوطنية الإصلاحية)، وطلبا من السيد (كامل الجادرجي) إعداد مذكرة إلى الملك غازي يطلبان فيها إقالة حكومة ياسين الهاشمي، وتكليف السيد (حكمت سليمان) بتأليف الوزارة. كما تم إعداد بيان الانقلاب، وجرى إعداد عدد من الطائرات بقيادة العقيد محمد (علي جواد)، وبذلك أصبح كل شيء جاهزا لتنفيذ الانقلاب⁽⁵⁾.

ثالثاً: تنفيذ الانقلاب:

في ليلة الخميس المصادف 27 تشرين الأول 1936، زحفت قوات الجيش من قرغان، وبلدروز إلى بعقوبة، ووصلتها صباح اليوم التالي، حيث قامت بقطع خطوط الاتصال ببغداد، واستولت على دوائر البريد والتلفون، وعدد من المواقع الإستراتيجية في المدينة، ثم واصلت القوات زحفها نحو بغداد، في الساعة السابعة والنصف صباحاً، بقيادة بكر صدقي.

وفي الساعة الثامنة والنصف من صباح ذلك اليوم، ظهرت في سماء بغداد 3 طائرات حربية يقودها العقيد محمد علي جواد، وألقت ألوف المنشورات التي احتوت على البيان الأول للانقلاب وجاء فيه⁽⁶⁾:

((أيها الشعب العراقي الكريم: لقد نفذ صبر الجيش المؤلف من أبنائكم من الحالة التي تعانونها من جراء اهتمام الحكومة الحاضرة بمصالحها وغاياتها الشخصية، دون أن تكثر لمصالحكم ورفاهكم، فطلبنا إلى صاحب الجلالة الملك المعظم إقالة الوزارة القائمة، وتأليف وزارة من أبناء الشعب المخلصين برئاسة السيد [حكمت سليمان] الذي طالما لهجت البلاد بذكره الحسن، ومواقفه المشرفة، وبما أنه ليس لنا قصد في هذا الطلب إلا تحقيق رفاهم، وتعزيز كيان بلادكم، فلا شك في أنكم تعاضدون إخوانكم أفراد الجيش ورؤسائه في ذلك، وتؤيدونه بكل ما أوتيتم من قوة، وقوة الشعب هي القوة المعول عليها في الملمات.

وأنتم أيها الموظفون، لسنا إلا إخوان وزملاء لكم في خدمة الدولة التي نصبوا كلنا إلى جعلها دولة ساهرة على مصلحة البلاد وأهلها، عاملة على خدمة شعبكم قبل كل شيء، فلا بد وأنكم ستقومون بما يفرضه عليكم الواجب الذي من أجله لجأنا إلى تقديم طلبنا إلى جلالته ملكنا المفدى لإنقاذ البلاد مما هو فيه، فتقاطعون الحكومة الجائرة، وتتركون دواوينها، ريثما تؤلف الحكومة التي ستفخرون بخدمتها، إذ ربما يضطر الجيش، بكل أسف، لاتخاذ تدابير فعالة لا يمكن خلالها اجتناب الأضرار بمن لا يليب هذه الدعوة المخلصة مادياً وأدبياً)).

قائد القوة الوطنية الإصلاحية

الفريق بكر صدقي

وفي الوقت الذي كانت الطائرات تلقي بيان الانقلاب، استقل السيد حكمت سليمان سيارته، وتوجه إلى قصر الزهور، حاملاً إلى الملك المذكرة التي وقعها الفريقان بكر صدقي، وعبد اللطيف نوري، والتي حددا فيها مهلة أمدها 3 ساعات للملك، لإقالة وزارة السيد ياسين الهاشمي حيث سلمها إلى رئيس الديوان الملكي (رستم حيدر).

وما أن بلغ نبأ الانقلاب ياسين الهاشمي، حتى بادر إلى الاتصال ب بكر صدقي، الذي أبلغه خلال محادثته بالتلفون أن الملك غازي على علم بالانقلاب، ولم يكذب ياسين الهاشمي ينهي المكالمة التلفونية مع بكر صدقي حتى سارع إلى التوجه إلى قصر الزهور لمقابلة الملك، وتدارس الأمر معه.

سلم رستم حيدر المذكرة إلى الملك غازي، وكان يبدو على وجهه الذهول والاضطراب، وعلى الفور طلب الملك استدعاء كل من ياسين الهاشمي، وجعفر العسكري، وزير الدفاع، ونوري السعيد، وزير الخارجية، والسفير البريطاني، لتدارس الوضع، وتحدث السفير البريطاني مخاطباً الملك غازي، وسائلاً إياه إن كان على علم مسبق بالانقلاب وقد نفى الملك ذلك.

وتحدث ياسين الهاشمي موجهاً سؤاله للملك فيما إذا كان لا يزال يثق بالوزارة، فأَنَّ الوزارة مستعدة لمجابهة الانقلابيين، وإلا فإنه سيقدم استقالة حكومته⁽⁷⁾.

أما نوري السعيد فقد دعا السفير البريطاني إلى التدخل العاجل لقمع الانقلاب، لكن السفير البريطاني أبلغه أن بريطانيا لا تود التدخل في الأمور الداخلية، وفي حقيقة الأمر أن بريطانيا كانت تريد التخلص من وزارة الهاشمي من جهة وخوفها من حدوث مالا يحمد عقباه إذا ما حدث التدخل وفشلت الوزارة في قمع الانقلاب.

مضت الساعات الثلاث التي حددها الانقلابيون مهلة لاستقالة الوزارة، وتشكيل وزارة جديدة برئاسة حكمت سليمان، ولما لم يتم ذلك، بادرت الطائرات في الساعة الحادية عشرة والنصف من صباح ذلك اليوم بإلقاء القنابل على مقر مجلس الوزراء، ووزارة الداخلية، ودائرة البريد القريبة من مسكن ياسين الهاشمي، ودار البرلمان، حيث قتل جراء القصف 7 أشخاص، وأصاب العديدين بجروح، واضطرت الحكومة إلى تقديم استقالتها إلى الملك، في 29 تشرين الأول، 1936 وتم قبول الاستقالة، وسارع الملك غازي إلى الطلب من

السيد حكمت سليمان بتأليف الوزارة الجديدة، بناء على طلب الانقلابيين، لكن حكمت سليمان طلب من الملك أن يوجه له تكليفاً خطياً لكي يشكل الوزارة⁽⁸⁾.

وفي الوقت الذي قدمت الحكومة استقالتها إلى الملك فأنها عملت على إفشال الانقلاب. فقد بعث جعفر العسكري إلى عدد من قواد الجيش داعياً إياهم للتحرك لحماية بغداد إلا أن تلك الرسائل لم تستطيع أن تفعل شيئاً.

وحاول جعفر العسكري وقف زحف قوات الانقلابيين نحو بغداد، فاتصل ب بكر صدقي، وأبلغه أنه آتٍ لمقابلته، وأنه يحمل رسالة من الملك.

كانت فرصة بكر صدقي قد حلت للتخلص من جعفر العسكري صهر نوري السعيد - والرجل القوي في الوزارة، فرتب الأمر مع عدد من ضباطه لقتله. وعندما توجه جعفر العسكري لمقابلة بكر صدقي، وجد في استقباله النقيب إسماعيل عباوي مع عدد من الأفراد، وقام عباوي على الفور بتجريد جعفر العسكري من سلاحه وأجبره على ركوب السيارة منفرداً دون حمايته ورافقه كل من النقيب (شاكر القره غلي)، والرائد (طاهر محمد) مرافق الملك. وعندما وصلت السيارة التي تقلهم إلى نهر الوزيرية توقفت السيارة، ونزل منها الجميع وأرسل عباوي سائقه العريف (إبراهيم خليل) ليخبر بكر صدقي بمقدم العسكري.

ولم تمض سوى دقائق حتى وصل الضباط (جمال جميل) و(جمال فتاح) و (محمد جواد أمين) و(الازار برودس)، حيث شهبوا مسدساتهم على جعفر العسكري وأطلقوا عليه الرصاص فقتل في الحال.

استمرت قوات الانقلابيين بالزحف نحو بغداد حيث وصلت أبوابها في الساعة الرابعة بعد الظهر، واحتلت سدة (ناظم باشا) المحيطة بالعاصمة، فلم يجد الملك بُدّاً من توجيه

خطاب التكليف إلى السيد حكمت سليمان، في 29 تشرين الأول وعند الساعة الخامسة والنصف كانت القوات قد دخلت شوارع بغداد دون أن تلقى أي مقاومة.

كان (حكمت سليمان) قد عقد قبل يومين اجتماعاً في دار(السيد كامل الجادرجي) وضم السادة (جعفر أبو التمن) و(محمد حديد)، لوضع قائمة بأسماء أعضاء الوزارة في حالة نجاح الانقلاب، وقد طرح في الاجتماع اقتراح حول اختيار (نوري السعيد) في منصب وزاري، لتطمين الإنكليز، لكن الاقتراح لم يلقَ القبول فقد عارضه السيدان جعفر أبو التمن، وكامل الجادرجي، واقترح بدلا منه السيد (صالح جبر)، القريب من الإنكليز أيضاً⁽⁹⁾.

رابعاً: تشكيل حكومة الانقلابيين بأغلبية من الإصلاحيين:

أنجز الانقلابيون تشكيل وزارتهم، وصدرت الإرادة الملكية بتشكيلها في الساعة السادسة مساءً، وجاءت على الوجه التالي:

- 1 - حكمت سليمان - رئيساً للوزراء، ووزيراً للداخلية.
- 2 - جعفر أبو التمن، وزيراً للمالية.
- 3 - صالح جبر، وزيراً للعدلية.
- 4 - ناجي الأصيل، وزيراً للخارجية.
- 5 - كامل الجادرجي، وزيراً للاقتصاد والمواصلات.
- 7 - يوسف إبراهيم، وزيراً للمعارف.
- 8- أما بكر صدقي فقد تولى منصب رئيس أركان الجيش، بدلاً من طه الهاشمي، الذي أحيل على التقاعد.

أما ياسين الهاشمي، ورشيد عالي الكيلاني، ونوري السعيد فقد غادروا العراق على الفور بمساعدة السفارة البريطانية خوفاً من بطش بكر صدقي.

أسرع السفير البريطاني إلى لقاء الملك غازي، ورئيس الوزراء، السيد حكمت سليمان، ليقف على ما تنوي الوزارة عمله، وقد طمأنه حكمت سليمان بأن الوزارة تحترم تعهدات العراق، وتسعى للنهوض بالبلاد، في كافة المجالات، كما لقي السفير من الملك كل ما يطمئن الحكومة البريطانية.

أراد بكر صدقي أن يرسل من يقوم بتصفية ياسين الهاشمي، ونوري السعيد ورشيد عالي الكيلاني، إلا أن حكمت سليمان رفض الفكرة.

كان من أولى المهام بالنسبة للوزارة الجديدة تثبيت أقدامها وسلطتها، حيث لجأت إلى إجراء تغييرات واسعة في أجهزة السلطة الإدارية، والدبلوماسية، وإبعاد كافة العناصر المؤيدة للوزارة السابقة.

وفي الوقت نفسه، نظمت العناصر الوطنية المظاهرات المؤيدة للحكومة، وكان على رأس تلك المظاهرات السادة (محمد صالح القزاز) وهو من الشيوعيين المعروفين، وشاعر العرب الكبير (محمد مهدي الجواهري)، وغيرهم من الوطنيين، وتقدمت المظاهرات بمطالب للحكومة تدعو فيها إلى إصدار العفو العام عن المسجونين السياسيين، وإطلاق حرية الصحافة، وحرية التنظيم الحزبي والتقايي، وإزالة آثار الماضي، والعمل على رفع مستوى معيشة الشعب، وضمان حقوقه وحرياته، وتقوية الجيش، ليكون حارساً أميناً لاستقلال البلاد. ولم تقتصر المظاهرات على بغداد فقط، بل امتدت إلى سائر المدن العراقية⁽¹⁰⁾.

خامساً: حكومة الانقلابيين تحل المجلس النيابي:

بعد أن ثبتت الحكومة أقدامها، وبسطة سلطتها على كافة أنحاء البلاد، كانت أمامها الخطوة الثانية، المتمثلة بحل المجلس النيابي، الذي جرى انتخابه على عهد الحكومة

السابقة، وهكذا استصدرت الإرادة الملكية بحل المجلس في 31 تشرين الأول 1936 تمهيداً لإجراء انتخابات جديدة.

وفي الوقت نفسه تقدمت الحكومة بمنهاجها الوزاري، الذي أكد على تعزيز العلاقات بين العراق وجيرانه، ومع بريطانيا، لما فيه مصلحة الأطراف جميعاً وتطهير جهاز الدولة من العناصر الفاسدة والمرتشية، وتحسين أدائه، والعمل على رفع مستوى معيشة الشعب، وتحسين أحواله الصحية والثقافية، وتوسيع الخدمات العامة، وتنظيم السجون، وجعلها أداة إصلاح للمسجونين، والعمل على تحسين أوضاع البلاد الاقتصادية، وملاقات العجز في الميزانية، وتطوير الزراعة والصناعة في البلاد، وإصلاح الجهاز القضائي، وإعادة النظر في القوانين والمراسيم التي أصدرتها الوزارات السابقة.

كما أكد المنهاج على تقوية الجيش، وتدريبه وتسليحه، ليكون سباجاً حقيقياً للوطن، وإصلاح جهاز التعليم، وتوسيع معاهد المعلمين، وفتح المزيد من المدارس، وإلغاء أجور الدراسة المتوسطة والثانوية، وجعلها مجانية، وبناء المزيد من المدارس.

وفي واقع الأمر كان لدى الوزارة الجديدة خططاً طموحة لتغير وجه العراق، لكن الرياح جرت بما لا تشتهي السفن، كما يقول المثل، ومع ذلك فقد استطاعت الحكومة القيام بالعديد من الإجراءات لتحسين الأوضاع، فأطلقت سراح المسجونين الذين أدانتهم المجالس العرفية، وأعادت كافة الأموال المصادرة منهم، كما أعادت كافة الصحف التي أغلقتها الوزارات السابقة، وسمحت بدخول الكثير من الكتب التقدمية التي كانت ممنوعة في العهود السابقة، وإعادة الموظفين المفصولين لأسباب سياسية إلى وظائفهم، وأصدرت الحكومة قانون العفو العام.

سادساً: مقتل بكر صدقي

لقي الانقلاب الذي قاده بكر صدقي، في 29 تشرين الأول 1936، ترحيباً حاراً، وتأييداً واسعاً من جماهير الشعب العراقي التواقّة إلى إجراء إصلاحات حقيقية في البلاد، تضمن الحقوق والحريات العامة للشعب، وتضمن استقلال البلاد، وتعمل على حل مشاكل البلاد الاقتصادية، والتخفيف من معانات الشعب .

لكن الشعب العراقي أصيب بخيبة أمل كبيرة، بعد أن تبين له أن كل ما يهتم بكر صدقي هو السلطة، متناسياً ما وعد به الشعب، وجاءت استقالة الوزراء الإصلاحيين من الوزارة لتزيد من انعزال حكومة بكر صدقي عن الشعب، وسحب الثقة بها، وبذلك فقد بكر صدقي وحكومته أهم عامل دعم وإسناد، وهو الشعب .

كان الإنكليز ورجالاتهم من الساسة العراقيين يراقبون الأمور عن كثب، ويتحينون الفرصة للانقضاض على الانقلابيين، فقد كان قلق الإنكليز يزداد يوماً بعد يوم، من توجهات بكر صدقي، وجاء زواج بكر صدقي من إحدى الغانيات الألمانيات ليزيد من قلق الإنكليز، خوفاً من تقربه من ألمانيا، وأخيراً أخذت الأخبار تتوارد إلى السفارة البريطانية عن عزم بكر صدقي احتلال الكويت مما زاد في قلق الحكومة البريطانية، ودفعها إلى التعجيل في تحركها للخلاص منه بأسرع وقت ممكن. وجاءت الفرصة المناسبة، عند ما قرر بكر صدقي السفر إلى تركيا، لحضور المناورات العسكرية التركية المقرر القيام بها في 18 آب 1937، واتخذ الإنكليز قرارهم بتصفيته، وهو في طريقه إلى تركيا .

غادر بكر صدقي بغداد في 9 آب بالطائرة إلى الموصل، وكان برفقته العقيد محمد علي جواد، قائد القوة الجوية، وكان من المقرر أن يغادر بالقطار، لكنه أحس بوجود مؤامرة ضده وقرر السفر بالطائرة⁽¹¹⁾ .

وصل بكر صدقي إلى الموصل، ونزل في دار الضيافة وبصحبه محمد علي جواد، وقد وجد المتآمرون فرصتهم في الإجهاز عليه في الموصل، حينما انتقل بكر صدقي إلى حديقة مطعم المطار البعيد، والمنعزل، وبينما كان بكر صدقي جالساً في الحديقة مع قائد القوة الجوية محمد علي جواد، والمقدم الطيار (موسى علي) يتجاذبان أطراف الحديث، تقدم نائب العريف (عبد الله التلعفري) نحوهم ليقدم لهم المرطبات، وكان يخبئ مسدساً تحت ملابسه، ولما وصل قرب بكر صدقي، اخرج مسدسه وصوبه نحو جمجمته، وأطلق النار عليه فقتل في الحال، ثم أقدم العريف على إطلاق النار على العقيد محمد علي جواد وقتله أيضاً .

وتم إلقاء القبض على القاتل، وأوسع ضرباً، وقد أعترف بأن الذي جاء به لينفذ الجريمة هو الضابط (محمود هندي) الذي اختفى بعد مقتل بكر صدقي ورفيقه محمد علي جواد، وتبين فيما بعد أن المتآمرين قد هبوا عدة مجموعات لقتل بكر صدقي، ووزعوها على (كركوك) و(التون كوبري) و (أربيل) و (الموصل) على احتمال أن بكر صدقي سوف يمر من إحدى هذه الطرق، في طريقه إلى تركيا وقيل أن العقيد (فهيم سعيد) كان لولب الحركة، وأن الضابط (محمود خورشيد) هو الدماغ المفكر لعملية تنفيذ الاغتيال، وسرت شائعة تقول أن ضابط الاستخبارات البريطاني في الموصل، هو الذي دبر عملية الاغتيال. وفي صباح يوم الخميس 12 آب تم نقل جثمان بكر صدقي ورفيقه محمد علي جواد إلى بغداد، حيث شيعا إلى مثواهما الأخير، تشييعاً رسمياً سار في مقدمته الوزراء وكبار الضباط والأعيان والنواب والسفراء.

حاولت الحكومة إجراء تحقيق واسع لمعرفة الذين كانوا وراء عملية الاغتيال، وقد أرسلت لجنة تحقيقه إلى الموصل، برئاسة نائب المدعي العام (أنطوان لوقا) حيث باشر في إجراء التحقيقات أخذت تلك التحقيقات تتوسع شيئاً فشيئاً، مما أثار خوف وقلق الضباط المشاركين في المؤامرة، من أن تصل التحقيقات إليهم، فأعلن أمر حامية الموصل (أمين

العمري) العصيان على بغداد، واعتقال، النائب العام، وجرى تمزيق أوراق التحقيق. كما جرى تسريح كافة الضباط المواليين لبكر صدقي وللحكومة في بغداد، وأصدر بياناً يعلن فيه انفصاله عن حكومة بغداد.

ورغم اتصال الملك غازي بأمين العمري، ودعوته له لإطاعة أوامر القيادة العسكرية، إلا أن الانقلابيين أصروا على موقفهم، وطالبوا الملك بإقالة وزارة حكمت سليمان، وتشكيل وزارة جديدة برئاسة (جميل المدفعي) كما رفضوا تسليم الضباط المتهمين بمؤامرة اغتيال بكر صدقي ورفيقه محمد علي جواد . حاولت الحكومة، بدفع من الضباط المواليين لبكر صدقي، الزحف بالفرقة الثانية في كركوك، إلى الموصل لإخضاع المتمردين على الحكومة.

وفي المقابل حاول اللواء أمين العمري استمالة عدد من الوحدات العسكرية الأخرى إلى جانبه، واستطاع الحصول على دعم آمر معسكر الوشاش في بغداد (سعيد التكريتي) وساعده الأيمن المقدم (صلاح الدين الصباغ)، كما انضم إليهم آمر حامية الديوانية وهكذا بدا أن الجيش قد أنقسم على نفسه، وأن الأمور قد باتت خطيرة جداً، وتندر بوقوع حرب أهلية يكون عمادها الجيش، ولذلك اضطرت الوزارة إلى تقديم استقالتها إلى الملك غازي، في 17 آب 1937، وتم قبول الاستقالة في نفس اليوم⁽¹²⁾.

ثانياً الصورة الذهنية

تعريف الصورة الذهنية

خلال العقود الأخيرة بدأ التركيز على مفهوم الصورة الذهنية بشكل كبير جداً، فأصبحت الصورة مرتبطة بكل جوانب حياة الإنسان، فهو يعيش في عالم تحكمه الصور وتهيمن عليه بشكل لم يحدث من قبل في تاريخ البشرية إلى الحد الذي صار فيه الإنسان يتحرك من خلال الصور الذهنية التي يحملها عن الأشياء، ولم تقتصر أهمية الصور الذهنية

على الأفراد وإنما تعدى ذلك إلى المؤسسات التي أصبحت تسعى جاهدة لبناء صور ذهنية ايجابية لها في أذهان جماهيرها بل يمكن القول إن الهدف الرئيس لسياسة أي مؤسسة هو بناء صورتها المرغوبة لان نجاح تلك المؤسسة بات يتوقف على نوع الصورة التي يحملها الجمهور عنها.

وقد تعددت التعريفات الاصطلاحية للصورة الذهنية، فقد عرفها كيرزner بأنها ((انطباعات ذاتية في عقول الأفراد، لها أبعادها ومظاهرها المتعددة، ولذا فهي تختلف من فرد إلى آخر، وتمتاز بالمرونة والديناميكية، وتتغير بتأثير عوامل متعددة من وقت إلى آخر))⁽¹³⁾.

ويلاحظ أنَّ هذا التعريف يؤكد على أنَّ الصورة الذهنية انطباعات ذاتية وصفة الذاتية تفرض بطبيعة الحال اختلافها من شخص لآخر لان الذوات البشرية غير متشابهة، كما أنَّ الصورة الذهنية تمتاز بالمرونة فهي ليست جامدة وإنما عرضة للتغيير ولعل احد أسباب تميزها بالمرونة هو تغيرها بتأثير عوامل متعددة من وقت لآخر وحتى هذه العوامل غير ثابتة فهي تتغير حسب الظروف التي يمر بها حامل الصورة الذهنية.

- أما علي عوجة فقد عرفها بأنها ((النتائج النهائي لانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما، أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو لجهة معينة أو أي شي آخر له تأثيره على حياة الناس، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه ويقدرونه على أساسها))⁽¹⁴⁾

وأكد عجوة في تعريفه أنَّ الصورة الذهنية قد تتكون من التجربة المباشرة للشخص، أو عن طريق التجربة غير المباشرة التي تتم إما عن طريق الاتصال الجماهيري أو من خلال الاتصال المواجهي عندما يحكى للفرد عن أشياء لم يتعامل معها، وان هذه الصورة لها تأثير على الأفراد الذين يحملونها لأنها تؤثر بطبيعة الحال على سلوكهم، كما أوضح أنَّ الصورة قد تكون صادقة أو غير صادقة وذلك اعتمادا على دقة المعلومات التي تشكلها لكن هي في النهاية صادقة ودقيقة من وجهة نظر الشخص الذي يحملها بغض النظر عن صدقها الحقيقي وهذا ينبه إلى موضوع مهم وهو إن الصورة الذهنية يمكن التدخل في تكوينها أو تعديلها وحتى تغييرها وهذا ما يعطي لوسائل الإعلام أهمية كبيرة في ذلك.

ويعرف إبراهيم الداوقي الصورة الذهنية بأنها ((تلك التي تقوم على الإدراك العقلي السابق دون أن تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد والمجموعات لان معظم تلك الصور الذهنية عاطفية يصيبها النسيان أو التحوير أو إعادة النظر بمرور الزمن لاعتمادها على الخيال بالدرجة الأولى))⁽¹⁵⁾.

وقد هون الداوقي كثيرا من أهمية الصورة الذهنية بقوله إنها ليس لها انعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد والمجموعات رغم إشارته إلى إنها عملية إدراك⁰ عقلي، وهذا ما يختلف معه الباحث فقد أكدت البحوث العلمية أنَّ الإنسان يتصرف بناء على الصورة الذهنية التي يحملها وهذا يؤكد على أنَّ للصور الذهنية الانعكاس.

الكبير على تفاعل الأفراد والجماعات، كما ان الصور الذهنية يمكن أن تعزز أو تعدل بناءً على المعلومات الجديدة التي يتلقاها الفرد أكثر من إمكانية تعرضها للنسيان فضلا عن ان معظمها يتشكل نتيجة لمعلومات واقعية وليست خيالية.

- كما عرفها أديب خضور بأنها((مجموعة الأحكام والتصورات والانطباعات القديمة والجديدة الإيجابية منها والسلبية التي يأخذها شخص (أو جماعة أو مجتمع) عن آخر ويستخدمها منطلقاً وأساساً لتقويمه لهذا الشخص ولتحديد موقفه وسلوكه إزاءه))⁽¹⁶⁾.

ويتفق الباحث مع هذا التعريف الذي بين إن الصورة الذهنية تتكون من انطباعات قديمة وحديثة وهذا ما يشير إلى أن أنها تمتاز بالتراكمية مما يعطيها صفة المرونة وإمكانية التطور المستمر، كما أنها يمكن أن تكون سلبية أو ايجابية وقد تستخدم من قبل الشخص أو الجماعة أو المجتمع منطلقاً وأساساً في تعامله وهذا يختلف عما قاله إبراهيم الداقوقي في أنها لا تنعكس سلباً على تفاعل الأفراد والمجموعات.

- وعرفت الصورة الذهنية بأنها ((مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسي نحو شخص معين، أو نظام ما، أو طبقة بعينها، أو جنس بعينه، أو فلسفة سياسية، أو قومية معينة، أو أي شيء آخر)).

وان هذا التعريف طبع الصورة الذهنية بطابع جماعي والحقيقة ان الصورة الذهنية يمكن ان تشيع بين أفراد جماعة ما، كما يمكن ان تقتصر على فرد واحد وتكون خاصة به وتختلف عن الصور التي يحملها الآخرون عن الموضوع نفسه ومرد ذلك هو اختلاف التجارب الشخصية للأفراد.

- كما تعرف الصورة الذهنية بأنها((استحضار العقل أو التوليد العقلي لما سبق إدراكه بالحواس، وليس بالضرورة أن يكون ذلك المدرك مرئياً، وإنما قد يكون مسموعاً أو مشموماً أو متذوقاً أو ملموساً، وهذا الاستحضار أو التوليد للمدركات الحسية مجال اختلاف بين البشر تبعاً لاختلافهم))⁽¹⁷⁾.

ويركز هذا التعريف على إن الصورة الذهنية يمكن أن تتكون لدى الفرد عن طريق الحواس جميعها ولا تقتصر على الرؤية، كما إنها موضع اختلاف بين البشر نظرا لاختلاف تجاربهم الشخصية.

ولم تقتصر دراسات الصور الذهنية على الأفراد وإنما بدأ الاهتمام في العقدين الأخيرين بدراسة صورة المؤسسة بشكل واسع لما تميزت به هذه الفترة من تنافس كبير بين المؤسسات ولذلك أصبح لزاما على أية مؤسسة أن تعرف صورتها الذهنية لدى الجمهور ما يعني معرفتها لموقعها في ساحة المنافسة ومعرفتها لنقاط قوتها وضعفها فتعزز الأولى وتعالج الثانية.

وقد عرف هارولد ماركس صورة المؤسسة⁽¹⁸⁾ بأنها ((إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي مشاعر تخلقها المنظمة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات، وتعاملاتها مع الجماهير، وعلاقتها مع المجتمع، واستثماراتها في النواحي الاجتماعية ومظهرها الإداري، وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمنظمة))⁽¹⁹⁾.

ونلاحظ أن هذا التعريف يركز على أن صورة المؤسسة هي انطباعات تخلقها المؤسسة لدى الجمهور من خلال سلوكها وهذا يشير إلى أن تلك الصورة يمكن التحكم بها والتخطيط لها من خلال إتباع الطرق العلمية في بناء وتصحيح صورة المؤسسة لدى جماهيرها.

وقد ظهر مفهوم مجتزأ للصورة الذهنية من أبرز المنادين به جفكينز الذي يقول إن مفهوم الصورة الذهنية يعني ((الانطباع الصحيح)) والحقيقة إنها الانطباع الذي تكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحا أو غير صحيح، لأن الانطباع يمكن أن يكون صحيحا إذا كونه معلومات صادقة ودقيقة ويمكن أن يكون غير صحيح إذا كونه

معلومات مضللة أو مغرضة، كما إن تأثير العواطف في تحديد معالم الصورة الذهنية يضيف إليها بعداً آخر في رؤية الواقع وعدم تكوين الصورة بناءً على المعلومات التي يتلقاها الأفراد، وإنما تشوه هذه المعلومات وتذكر على نحو لا يتفق مع الحقيقة بتأثير الاستعدادات السابقة للأفراد والاتجاهات ذات الصلة بما يتم إدراكه(20).

والصورة الذهنية هي صورة مرئية للعالم، ضعيفة أو قوية التماسك، إذ تتكيف وفقها عاداتنا وأذواقنا وقدراتنا، وقد لا تكون صورة مكتملة للعالم، لكنها مع ذلك صورة لعالم ممكن، وهي تؤثر في أحكامنا وكفاءتنا في التعلم، وردود أفعالنا تجاه الآخرين، بل حتى في فلسفتنا للحياة، وإن هذه الصورة التي يحملها الفرد عن العالم هي خلاصة معرفته الموضوعية المجردة أو ما يؤمن به بأنه حقيقة صادقة ينظر من خلاله إلى ما حوله ويفهمها على أساسه(21).

وترتبط الصورة الذهنية بتجارب الأفراد وعواطفهم واتجاهاتهم وهي مخزنة في ذهن الإنسان وان طبيعتها المرنة تجعلها بانتظار صور وافدة جديدة يمكن أن تؤثر فيها ولذلك فإن نوعية المعلومات المخزنة لدينا عن الآخرين هي التي تقرر صورهم في عقولنا فإن كانت هذه المعلومات ايجابية كانت الصور ايجابية والعكس صحيح، ولكن هذا لا يعني عدم وجود بعض الصور الغامضة أو غير واضحة المعالم بسبب نقص المعلومات التي تلقاها الفرد أو تناقضها، فالتناسق والانسجام في محتويات الصورة من حيث نوعية المعلومات والتجارب الشخصية المباشرة تؤدي إلى تكوين صورة قوية متماسكة(22)، كما يختلف الأفراد في قدرتهم على التصور فهناك من يستطيع تصور الأشياء بوضوح في حين ان بعض الأشخاص يصعب عليهم استحضار الصور الذهنية بالوضوح الكافي، كما يختلف الأشخاص في قدرتهم على الاحتفاظ بالصور الذهنية لفترة من الزمن(23).

وقد كان لصدور كتاب "تطوير صورة المنشأة" للكاتب الأمريكي لي بريستول عام 1960 اثر كبير في نشر مفهوم الصورة الذهنية في العصر الحديث، وتبعه العالم الأمريكي كينيث بولندك عام 1961 في كتابه الشهير "الصورة الذهنية" والذي يرى أنَّ الصورة الذهنية تبنى على خبرات الإنسان السابقة من لحظة الميلاد، إذ يتلقى الكائن الحي رسائل مستمرة عن طريق الأحاسيس والصور التي تكون غير واضحة في البداية ثم يبدأ الإنسان بعدها يدرك وجوده كشيء وسط عالم الأشياء، ويكون هذا بداية التصور الذي يمكن وصفه بالإدراك، فإذا ما تقدم العمر بالإنسان ازداد هذا التصور ليشمل في النهاية كل شي موجود أو حتى متخيل⁽²⁴⁾.

فالإنسان يولد في هذا العالم وليس لديه معانٍ ولكن طبيعته الاجتماعية الميالة إلى التعلم تجعله سرعان ما يضيف على العالم معنى يجعل الحياة مفهومة لديه⁽²⁵⁾. فالإنسان يطور وهو ينمو تصورا منظما للعالم، والأمر الهام في هذا التصور هو إن كل جزء يعمل في نطاق الكل ليخلق بناء عاما له معنى، فنحن نستطيع أن نحدد أوضاعنا فيما يتعلق بالزمان والمكان وفي علاقتنا بالآخرين حينما نربط أجزاء التصور المختلفة تلك بالتصور الأصلي الذي كونه، فمدركاتنا عن أنفسنا وعن الآخرين وعن العالم متصلة بحيث إن تجربة الحياة كلها تلتئم عند كل فرد. وكل تجربة جديدة يتم استقبالها وتفسيرها بطريقة من أربع طرق هي⁽²⁶⁾:

- 1- إما أن تضيف إلى التصور الحالي الموجود معلومات جديدة.
- 2- أو تدعم التصور الحالي.
- 3- أو تحدث مراجعات طفيفة على هذا التصور.
- 4- أو تؤدي إلى إعادة بناء التصور الذي لدى الفرد لواقعه بشكل جيد.

والصورة الذهنية باعتبارها مرآة تعكس الواقع وتحمل المعلومات إلى العقل الإنساني، الذي في الغالب لا يواجه الواقع مباشرة، وإنما يواجهه عن طريق التقديم غير المباشر، فهي تتصف بثلاث صفات أساسية هي الجزئية والتلون وعدم الدقة.

وفيما يلي عرض موجز لكل منها :

1- الجزئية: الصور الذهنية تمثل جزءاً من الواقع الكلي وبالتالي فإن أي رسالة تتضمن معلومات معينة عن موضوع ما لا تمثل إلا جزءاً من المعلومات الشاملة عن هذا الموضوع، وهذه الصفة تنطوي على عدة مخاطر أولها صعوبة أن يعبر الجزء بصدق كامل عن الكل، وثانيها إن الإنسان يقفز عادة إلى الاستنتاجات حتى ولو لم تتوافر لديه المعلومات الكافية وقد تكون هذه الاستنتاجات خاطئة، كما إن المعلومات تصل للجمهور عن طريق وسائل اتصال متعددة وفي أوقات مختلفة وظروف استقبال الرسالة بالنسبة للفرد الواحد متباينة مما يجعل فرصة عدم الاتساق بين أجزاء الصورة محتملاً، أما الخطورة الثالثة فهي ناتجة عن احتمال التحيز، فإذا كان من المستحيل تقديم الصورة الكلية فإن الجهة المسؤولة عن بناء الصورة الذهنية تلجأ إلى اختيار أجزاء من هذه الصورة. وهنا يكون السؤال: أي الأجزاء تختار؟ (27).

وهذا ما أكدته الأبحاث التي تناولت الصور المتكونة بفعل القنوات التلفزيونية الوافدة إذ بينت إنها صور جزئية، وتحيز الصورة وجزئيتها يرجع إلى عوامل متعددة منها إن التلفزيون لا يدعي إن مهمته إعطاء الصورة الكاملة، إضافة إلى عدم توفر أرضية كافية من المعلومات لدى المتلقي أو عدم كفاية الخبرات لديه الأمر الذي يجعله يميل إلى تفسير بعض المواد الإعلامية بغير معناها الأساسي، يضاف إلى ذلك إن العمليات الوسيطة كالانتماءات والولاءات والأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والعوامل النفسية الأخرى تجعل الأفراد يفسرون كثيراً من الرسائل بغير معناها وبالتالي تكون صورة جزئية⁽²⁸⁾.

2- **التلون:** تتعرض أي رسالة إعلامية توجه عن طريق وسائل الاتصال ولاسيما الجماهيرية منها إلى منافسة العديد من الرسائل التي توجه عن طريق هذه الوسائل، وتكون نتيجة هذه المنافسة أو المزاومة أن تتأثر المعاني التي تتضمنها الرسالة بالمعاني التي تحملها الرسائل الأخرى، وبالتالي تتغير إلى حد ما معالم الصورة المنقولة خلال الرسالة الإعلامية، فتضاف إليها بعض المعاني التي لم تكن تحملها، وتفقد بعض المعاني التي كانت تتضمنها⁽²⁹⁾ كما أنَّ عملية التلون قد تكون قصديه من خلال محاولة بعض الجهات التأثير في صورة ما لدى حامليها من خلال تقديم رسائل اتصالية تعمل على تعديل أو تغيير تلك الصورة.

3- **عدم الدقة:** تتوخى أي جهة دائماً عند صياغة رسائلها الدقة وتحرص على أن تعبر هذه الرسائل عن الأفكار التي تريد أن تنقلها إلى الجمهور، فعملية الاتصال تبدأ بالمصدر الذي يضع فكرته في رموز، ثم تنقل هذه الرموز من خلال وسيلة اتصال إلى المستقبل الذي يقوم بفك هذه الرموز من خلال إطاره الدلالي ويستخلص منها الأفكار التي تحملها الرسالة والتي تكون صوراً ذهنية لواقع معين، فإذا كانت عملية الاتصال هذه قابلة للتشويش أو عدم التيقن فإن الصورة الذهنية الناتجة عنها تكون هي الأخرى معرضة لعدم الدقة⁽³⁰⁾.

وهناك العديد من المعوقات التي يمكن أن تعترض الرسالة أهمها اللغة نفسها والكلمات التي تصاغ بها الرسالة قد لا تتفق بالضرورة في معانيها مع الصورة التي يدركها المستقبل فضلاً عن اختلاف إطار الدلالة للمرسل عن إطار الدلالة للمستقبلين ووجود حراس البوابة وافتقار بعض أفراد الجمهور إلى المهارات الاتصالية وغيرها من المعوقات التي تؤثر على فهم المتلقي للرسالة⁽³¹⁾.

ثانياً: وظائف الصورة الذهنية

للصورة الذهنية العديد من الوظائف في شتى مجالات الحياة أهمها:

1- تحقق الصورة الذهنية للفرد أكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصار جهد الفرد بما تقدمه له من اطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر بل التنبؤ بسلوكه دون إمعان النظر في خصائصه الفردية.

2- إن التصور الذهني يضيق نطاق الجهل بالآخرين من خلال استعانة الأفراد بالنتائج التي يقدمها التصور الذهني للتعرف على ما يمكن أن تكون عليه صور الآخرين خلال التعامل معهم.

3- تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً من خلال استخدام الجوانب السيكولوجية التي تنطوي عليها عمليات التعلم داخل الإنسان.

4- تسهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد وأرائه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية وتفسر أساساً فلسفته في الحياة وذلك لارتباطها بقيمه ومعتقداته وثقافته.

5- للصور الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام ذلك لأنها اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي باعتبار تأثيرها في آراء الناس ومواقفهم⁽³²⁾.

6- تختصر الصورة الذهنية الجهد والوقت على الفرد وتقدم له تصوراً عن العالم الذي يحيا فيه.

7- تسهم الصور الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد عن الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلاً

ثالثاً: خصائص الصورة الذهنية

مما تقدم يمكن أن نوجز عدداً من الخصائص التي تميز الصورة الذهنية أهمها:

1- الصورة الذهنية عملية حركية متفاعلة تمر بعدة مراحل تتأثر ببعضها، كما أنها متغيرة حسب الظروف.

2- إن سمات الصورة الذهنية متغيرة أي أن بعضها قد يكون ثابتا والبعض الآخر متغير، كما أن العوامل المؤدية إلى تكوينها من مدركات واتجاهات ووسائل قد تكون دقيقة أو غير دقيقة وإن دقة الصورة الذهنية تتوقف على دقة تلك العوامل.

3- للصورة الذهنية ثلاث مكونات معرفية وعاطفية وسلوكية، إذ يمر المكون الأول بمراحل العمليات المعرفية ويخضع لنفس العوامل التي تخضع لها تلك العمليات، أما المكون الثاني فيعني أن الصورة الذهنية عملية نفسية تدخل العواطف في تشكيلها وهذا يعني أن لها أبعاد عاطفية إلى جانب أبعادها المعرفية، أما المكون الثالث فيتضمن السلوكيات المباشرة مثل الموقف المسبق ضد جماعة أو فكرة ما، وإن هذه المكونات لا تنفصل عن بعضها بل تتضافر جميعها لتكوين الصورة الذهنية بشكلها النهائي.

4- إن الصور الذهنية تتأثر بالبيئة المحيطة التي يعيش فيها الفرد الحامل لتلك الصور.

5- تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان ولا سيما مع تنامي دور وسائل الإعلام في ذلك، فالفرد لم يعد في تكوينه لصوره الذهنية مرتبطا بالمكان الذي يعيش فيه بل صار يكون صورا للعالم بأكمله بل يتخطاها ليكون صورا عن الكون بأسره، وعلى مستوى الزمان، فالإنسان يكون صورا ذهنية عن الماضي والمستقبل فضلا عن الزمان الذي يعيش فيه.

ويمكن للصورة الذهنية أن تتحول - إذا تم التركيز عليها ولفترات طويلة - إلى صورة مترسخة ومنطبعة في أذهان حامليها لا تقبل التغيير أو التعديل بسهولة ولا تتميز بالمرونة وقابلية التطور التي تتميز بها الصورة الذهنية الاعتيادية وهذه الصورة المنطبعة هي التي يطلق عليها الصورة النمطية.

رابعاً: عوامل بناء الصورة الذهنية للمؤسسة

تتأثر الصورة الذهنية للمؤسسة بعدة عوامل بعضها يتعلق بالمؤسسة نفسها، والبعض الآخر يتعلق بالجمهور، وكلاهما يتأثر بالخصائص الاجتماعية والثقافية للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة، ويمكن إجمال العناصر التي تؤثر في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة فيما يلي:

أولاً: عوامل شخصية: تتمثل بالسمات الذاتية لشخصية المستقبل للمعلومات كالتعليم والثقافة والقيم والاتجاهات.... الخ، كما تتضمن الاتصالات الذاتية للفرد وقدرته على تلقي وتفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة وتكوين ملامح الصورة الذهنية عنها، كما تعد درجة دافعية الفرد واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن المؤسسة عاملاً رئيساً في متابعة أخبار المؤسسة وصولاً إلى تشكيل صورة ذهنية عنها.

ثانياً: عوامل تنظيمية: وتشمل إستراتيجية إدارة المؤسسة التي تعكس فلسفة وثقافة المؤسسة والأعمال الحقيقية التي تقوم بها، فضلاً عن شبكة الاتصالات الكلية للمؤسسة والتي تشمل كل الاتصالات الداخلية والخارجية مع الجمهور، كما أن للرسائل الاتصالية عن المؤسسة والمنقولة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية دور مهم في تشكيل انطباعات الجمهور عن المؤسسة وهذا ينطبق إلى حد كبير على الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمؤسسة والجمهور الخارجي، وتسهم الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة لخدمة المجتمع في كسب ود تلك الجماهير وصولاً إلى بناء الصورة المرغوبة للمؤسسة.

ثالثاً: عوامل إعلامية: أن التغطية الإعلامية للإحداث الخاصة بالمؤسسة في وسائل الإعلام الجماهيرية ومدى سلبيتها أو إيجابيتها، وحجم الاهتمام الذي توليه تلك الوسائل لإخبار المؤسسة فضلاً عن الجهود الإعلامية للمؤسسات المنافسة لها تأثير كبير على صورة المؤسسة لدى جماهيرها المختلفة⁽³³⁾.

رابعاً: عوامل اجتماعية: تتضمن تأثير الجماعات الأولية كالأسرة والأصدقاء والمدرسة على الفرد أثناء تبادلهم المعلومات في اتصالاتهم الشخصية عن المؤسسة، كما أن لثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه وقادة الرأي تأثير كبير على اتجاهات الجماهير نحو المؤسسة⁽³⁴⁾.

ثالثاً: وسائل الإعلام وبناء الصورة الذهنية

لقد قاس بعض العلماء والباحثين التطور الاجتماعي للبشرية من خلال تطور وسائل الاتصال وهو ما عرف بالتفسير الإعلامي للتاريخ بمعنى أن تطور وسائل الاتصال هو العامل الرئيس في إحداث التطور الاجتماعي للبشرية⁽³⁵⁾.

وتُعدّ وسائل الإعلام في الوقت الحاضر العامل الرئيس في تكوين تصورات الأفراد في مختلف المجتمعات حيث إن هذه الوسائل تساعد على عرض المشكلات الاجتماعية ومناقشة المقترحات مما يخلق فرص تلاقي فكري بين أفراد المجتمع ينتج عنه سعة الأفق لدى الأفراد وتنمية الوعي العام لديهم⁽³⁶⁾.

ويتعرض الجمهور لوسائل الإعلام من أجل تعزيز مواقف ذاتية تجاه أحداث معينة، أو من أجل المتعة والترفيه، أو للاستعانة بهذه الوسائل من أجل تحديد موقف معين تجاه قضية سياسية معينة كأن يسترشد الناخب بوسائل الإعلام لمعرفة الأجدر بالتصويت له من بين المرشحين لمنصب سياسي معين بل أن كثيراً من الناس يتعرضون لوسائل الإعلام لمعرفة ملابسات قضية معينة أثارتها هذه الوسائل فقط من أجل مشاركة الآخرين في النقاش وتبادل الرأي معهم في حوارهم عنها⁽³⁷⁾.

ومن الواضح إن وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دوراً مهماً في المجتمعات الحديثة فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون وتضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية ويبني الأفراد معاني مشتركة للواقع المادي والاجتماعي من خلال ما

يقرأونه أو يسمعونهم أو يشاهدونه ومن ثم فإن سلوكهم الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئياً من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية والقضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها⁽³⁸⁾. ورغم أن وسائل الإعلام الحديثة توسع أكثر مما تقلص ما يصل إلينا، ولكننا مازلنا نرى تمثيلاً للواقع وليس الواقع نفسه، وهذه الحقيقة لابد أن يكون لها تأثير علينا، والواقع إن أحد المعالم العظمى لانتقالنا الآن إلى عصر وسائل الإعلام هو إننا على اتصال بما يمثل أو يقوم مقام الواقع إعلامياً، وهذا التمثيل للواقع يعبر عن عالم مادي واجتماعي معقد أكثر مما تعبر عنه الملامح الموضوعية لعالمنا الشخصي الضيق⁽³⁹⁾.

وتلعب وسائل الإعلام المختلفة دوراً رئيساً في بناء الصور الذهنية ولاسيما بعد التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وما حصل من نمو كبير في صناعة الوسائل الإعلامية والتي أصبحت أهم ناقل للصور والآراء والأفكار وتدعيم الصور الموجودة في أذهان الناس.

وقد تبين من خلال الدراسات والبحوث أن (70 %) من الصور التي يبينها الفرد عن عالمه تستمد من وسائل الإعلام التي يتعامل معها ويمكن لهذه النسب أن تزداد أو تضعف حسب طبيعة المجتمع ومستوى تقدمه أو تخلفه ومن ذلك مثلاً لوحظ إن (95%) من الأمريكيين يحصلون على معلوماتهم عن طريق وسائل الإعلام، فضلاً عن أن لوسائل الإعلام قدرة كبيرة على تفسير الأحداث والحقائق التي تجري في العالم لحظة بلحظة وتقديمها في صور معينة وهذا ما يوفر الجهد والوقت للمتلقى الأمر الذي يدفعه إلى الاعتماد على هذه الوسائل في تشكيل صورته الذهنية للعالم المحيط به⁽⁴⁰⁾.

وتلعب وسائل الاتصال دوراً رئيساً في رؤيتنا وتصورتنا للآخرين وفق ما تقدمه لنا من صور وأفكار عنهم، فما نعرفه من وسائل الاتصال عن المجتمعات الأخرى يحدد إلى درجة

كبيرة موقفنا من هذه المجتمعات وشعوبها ولاعتبارات عديدة من أهمها إن معظمنا يعتمد على وسائل الإعلام لتكوين صورته الذهنية⁽⁴¹⁾.

كما إن وسائل الاتصال لا تقوم بنقل الرسائل الاتصالية إلى الجمهور فحسب بل هي فضلاً عن ذلك تعيد خلق الواقع أو هي بالأساس تعيد خلق إدراك الواقع أي أنَّ دورها يتعدى عملية خلق تصورات معينة لدى الجمهور بل ويمتد تأثيرها إلى التدخل في الطريقة التي يدرك من خلالها الجمهور تلك الرسائل الاتصالية⁽⁴²⁾.

ويؤثر الإعلام الجماهيري في تشكيل اتجاهاتنا وميولنا وسلوكنا وفي مقدار ما يشعر به بعضهم من التعصب أو الحب تجاه شخص ما ومساعدته والتعاون معه، كما يؤدي دوراً رئيساً في تكوين المذاهب والعقائد والفلسفات والمبادئ والقيم والمثل والمعايير الاجتماعية⁽⁴³⁾، كما تقوم وسائل الإعلام بدور مهم في صنع صور وقيم جديدة عن بعض الأشخاص أو المؤسسات أو الشعوب، وهذه الصور تحمل سمات يتم تكرارها باستمرار مما يؤدي إلى رسوخ هذه السمات عنها، وبمرور الوقت قد تتحول هذه الصور التي خلقتها وسائل الإعلام إلى صور نمطية راسخة عند حاملها مثل الصور التي رسمها الإعلام الغربي عن العرب والمسلمين⁽⁴⁴⁾. كما أشار والتزليمان إلى أنَّ التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام عن الأحداث تستطيع أن تغير بشكل كبير تفسيرات الناس عن الواقع وبالتالي تغير أيضاً نماذج تصرفاتهم حيال هذا الواقع، حيث أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلاً ولكن على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي الذي نقلته لهم وسائل الإعلام⁽⁴⁵⁾.

وهذا يقودنا إلى حقيقة وجود اختلاف بين الواقع الفعلي والواقع الرمزي الذي تقدمه وسائل الإعلام، ويشير ذلك إلى إمكانية تأثير الإعلام على الجمهور من خلال ما يطرحه من تصورات بشأن دول أو شعوب أخرى وقضايا مرتبطة بهذه الشعوب وترويجها على

نطاق جماهيري وربط هذه الجماهير بتصور معين تجاه قضايا هذه الشعوب، ولا يقف تأثير وسائل الإعلام على خلق الصورة الذهنية والنمطية بل بتضخيم هذه الصورة لدى الجمهور وطبعها بقوة في أذهانهم إلى حد يشعر المتلقي أحيانا انه شارك في الأحداث المطروحة مع انه لم يشارك فيها أبداً. ولكن حيث إننا كأفراد نلعب دورا ايجابيا في عملية الإدراك، ولأننا نضفي على المنبهات أو الرسائل الإعلامية معنى، سوف يختلف تفسيرنا للأشياء التي تلفت انتباهنا ونختلف في تفسيرها وفقا لإطارنا الدلالي وخبرتنا وتجاربنا، ولذلك سوف يتنوع تأثير الرسائل الإعلامية علينا⁽⁴⁶⁾.

وفي الغالب يكون دور وسائل الاتصال في تدعيم الصور الذهنية أكثر من دورها في تغييرها أو تعديلها، كما تؤدي دورا مهما في خلق صور ذهنية عن الموضوعات الجديدة التي لا يملك الفرد عنها أي معلومات، ففي حالة عدم امتلاكنا معلومات عن قضية من القضايا أو فئة من الفئات أو شعب من الشعوب عندئذ يكون تأثير وسائل الإعلام مباشرة علينا وهذا صحيح إلى حد كبير بالنسبة للأفراد الذين لم تتبلور اتجاهاتهم بشكل واضح⁽⁴⁷⁾.

كما إن وسائل الاتصال استحوذت في عصرنا على الاهتمام كله لما لها من قوة تأثير على الأفراد والجماعات والمجتمعات، وأصبحت أداة تساند القوة السياسية والاقتصادية والأيدلوجية والعسكرية في الدول الحديثة، وباتت الرسائل الإعلامية تحاصرنا حيثما نكون مع اختلاف مضامينها مما جعل لزاما على الباحثين في مختلف المجالات الاجتماعية أن يبحثوا في تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الجمهور⁽⁴⁸⁾.

المبحث الثالث: الإطار التحليلي

يتضمن هذا الإطار تحليل ومناقشة نتائج لاعداد من جريدة الأهالي التي ركزت على موضوع إنقلاب الفريق بكر صدقي في الصحف العراقية، كما تم رصد المؤشرات التي ناقشت صورة الانقلاب وانعكاسات الصورة الذهنية للانقلاب في صحيفة الأهالي أنموذجاً، كما موضح وفق الجداول الآتية: — جدول رقم (1) يبين المراتب الرئيسة وتكراراتها لصورة انقلاب بكر صدقي في جريدة الأهالي

ت	المرتبة	الفئة الرئيسة	تكرارها	النسبة المئوية
1	الأولى	جدول اتجاه الوضع السياسي لانقلاب بكر صدقي	123	%47,31
2	الثانية	جدول اتجاه الوضع الاجتماعي	44	%16,92
3	الثالثة	جدول اتجاه الوضع الاقتصادي	37	%14,23
4	الرابعة	جدول اتجاه الوضع الثقافي والتعليمي لانقلاب بكر صدقي	29	%11,15
5	الخامسة	جدول اتجاه الوضع العسكري لانقلاب بكر صدقي	27	%10,19
		المجموع	260	%100

من الجدول رقم (1) يتضح لنا إن الفئة الرئيسة لصورة الاتجاهات السياسية للانقلاب احتلت المرتبة الأولى بواقع (123) تكرار وبنسبة %47,31 الأمر الذي يشير إلى إن الجريدة أكدت على توضيح العمل السياسي بكل أبعادها الداخلية والخارجية مفصل ببيان تأييد الشعب للانقلاب وبرزت عمل الانقلاب على إرساء الثوابت الوطنية والنهوض

بالعراق مع التأكيد على العمل وفق الصيغ الديمقراطية والتمسك بالمبادئ العامة والمساواة بين أبناء الشعب مع ترسيخ الشعور القومي والعلاقات العربية العربية وتأجيج الشعور القومي اتجاه الشعب الفلسطيني وحقه في تحرير دولته وحكومة المسلوطة.

2- صورة الاتجاهات الاجتماعية في جديدة الأهالي إزاء انقلاب بكر صدقي احتلت المرتبة الثانية من بين الفئات الرئيسة الخمسة بواقع (44) تكرار وبنسبة (16,92%) وهذا ما وضحته الجريدة بان الانقلاب سوف يحقق بانجازاته الشاملة في معالجة الفقر وإنقاذ الحياة في القرى والأرياف , وكذلك رفع كفاية الخدمات الصحية والتنمية الاجتماعية فضلا عن بناء السكن الصحي وتطوير المدن.

3- وقد احتلت صورة اتجاهات الوضع الاقتصادي المرتبة الثالثة بواقع (37) تكرار وبنسبة 14,23% الأمر الذي وضحته الجريدة من خلال توضيحها للعمل وانجاز البني التحتية ومنها النقل الداخلي والخارجي بما يسهل عمل إجراءات التنمية وكذلك تبني الانقلابين لسياسة استثمارية منفتحة لرفاه الجماهير وتحسين الوضع المعاشي للمواطنين من خلال زيادة دخولهم وإسعادهم. وتأكيدا على توضيح تفعيل المشاريع التنموية واستثمار الموارد , لخدمة الشعب العراقي.

4- فيما احتلت المرتبة الرابعة الفئة الرئيسة لصورة الاتجاه الثقافي والتعليم لانقلاب بكر صدقي بواقع 29 وبنسبة 11,15% حيث تمثلت هذه الصورة في جريدة الأهالي من خلال تأكيدها والانقلابين على مكافحة الأمية وبناء المدارس , فضلا عن تدعيم الثقافة وترسيخ القيم العليا للمجتمع مع القيام بتنشيط الحركة الأدبية وتكريم الأدباء الأمر الذي يعول عليه في إحداث الثورة الثقافية والقضاء على الأمية ومعالجة أزمة الوعي التي سادت الأوساط الأدبية.

5-وقد احتلت المرتبة الخامسة الفئة الرئيسة لصورة اتجاهات الوضع العسكري بواقع 27 تكرارها وبنسبة 10,39% وهو ما برز واضحاً في مضامين اتجاهات الوضع العسكري لجريدة الأهالي حيث أكدت على تعزيز الدور الوطني للجيش وتنمية القوات المسلحة منطلقاً من تاريخ هذه القوات في حفظ الوطن والحفاظ على أمانة وشعبه، كما أنها أكدت على دور الانقلابين في إصلاح الشرطة ودورها في حماية القانون والسهر على أمنه الداخلي كما أنها وضحت الانجازات باتجاه بناء القوة الجوية وتطويرها لتكون اليد الطولى الضاربة لأي اعتداء خارجي يهدد أمن الوطن وشعبه.

جدول رقم (2) يوضح المراتب للفئات الفرعية التي انطوت تحت الفئة الرئيسة لصورة الاتجاهات السياسية لانقلاب بكر صدقي في جريدة الأهالي وبالشكل التالي.

ت	المرتبة	الفئة الفرعية	تكرارها	النسبة المئوية
1	الأولى	تعزيز البناء الديمقراطي وإطلاق الحريات العامة والمساواة بين أبناء الشعب العراقي	53	43,09%
2	الثانية	إبراز صورة معاني الرضا والتأييد للانقلاب من الشعب العراقي وإرساء الثوابت الوطنية	42	34,15%
3	الثالثة	ترسيخ الشعور القومي للانقلاب للجماهير العراقية	28	22,76%
		المجموع	123	100%

أولاً: احتلت الفئة الفرعية 0 تعزيز البناء الديمقراطي وإطلاق الحريات العامة والمساواة بين أبناء الشعب العراقي و بواقع (53) تكرار وبنسبة 43,09% الأمر الذي اوضحتة الجريدة من ان الانقلاب ماض في تعزيز البناء الديمقراطي معرجة على إن قيام الانقلاب جاء على ردة فعل ايجابية على الحكومة السابقة التي طالما خرقت الصيغ الديمقراطية وتأكيد الجريدة على إن الانقلابيين (يقولون بنظرية فصل السلطات وتمتع كل واحد منها

بحرية العمل ضمن نطاق الدستور وتأمل خيرا فيما صرح به فخامة رئيس الوزراء ومعالي وزير العدلية في جلسة المجلس النيابي يوم أمس بخصوص ضمان هذه الحرية كما فيها من ضمانات لجميع الحريات الأخرى التي يجب إن تراعي نصوص الدستور فيها (49).

((إما المساواة ليعلم القاري أنه ليس في العام شيء مطلق فالمساواة الطبقية هي اعلي أنواع المساواة المدنية وهي حصول الأفراد على نفس الحقوق التي يحصل عليها الآخر تجاه القوانين التي تحميه، وله حق الشكوى لدى المحاكم، إما الحقوق السياسية فهي حق الانتخاب ودخول وظائف الدولة، إما المساواة الاقتصادية وهي رفع الاستغلال وان الصحافة من أهم وسائل التعليم السياسي)) (50).

((أم العناصر التي تتألف منها الديمقراطية فذكر باختصار الحرية وما أحلى هذه الكلمة وما اشد وقعها وكم من حرا ذاق العذاب في السجون من اجل إعلائها، والحرية قسمان حرية المدينة وهي حرية الفرد في أمور ضمن المصلحة العامة والحرية السياسية يشترك في الانتخابات أو يصوت لمن يريد)) (51).

ثانياً: احتلت فئة ابراز معاني الرضا والتأييد للانقلاب من الشعب العراقي للانقلابيين وارسائهم الثوابت الوطنية المرتبة الثانية بواقع (42) تكرار وبنسبة 34,15 % وهذا يعني ان الجريدة برزت معاني الرضا والتأييد للانقلابيين من قبل الشعب العراقي لانهم اكدوا على ارساء الثوابت الوطنية وجعل الوزارة مسؤولة ومحاسبة من قبل الشعب، كما انها اكدت على ان (حق النائب في السؤال من السلطة التنفيذية عن اي امر كان وبعد من اهم اركان الحياة الدستورية وان هذا الحق هو الذي يحقق مسؤولية السلطة التنفيذية امام مجلس الامة عن حسن ادارة شؤون البلاد وبواسطة هذا الحق يستطيع النائب ان يؤدي مهمة وهي الدفاع عن حقوق الافراد وعن حرياتهم والسهر على كل ما من شأنه ان يؤمن قيام السلطات الاخرى بواجباتها خير قيام) (52).

ثالثاً: وإن فئة ترسيخ الشعور القومي للانقلاب للجماهير العراقية احتلت المرتبة الثالثة بواقع (28 تكرار وبنسبة 22,76%) دأبت الجريدة باظهار الشعور القومي الذي تبناها الانقلابيون في نفوس واحاسيس الشعب العراقي لا لان الساحة كانت تغلي بهذا الشعور نتيجة التحديات الجسام التي كانت تمر بها الاقطار العربية فحسب وانما لتأجيج أواصر الأخوة العربية والوقوف صفا واحد ضد الاخطار المحيطة بالعرب وقد كتبت الجريدة بهذا العدد (وباخذ كل ماقامت به الحكومة العراقية في السياسة الخارجية بهذه الناحية للاتحاد مع الحكومات العربية التي يربطنا واياها عامل القومية والتاريخ المشترك ووجوب التضامن الاقتصادي والوقوف ضد المطامع المستعمرة)(53)

ومن نتائج المعاهدة السورية العراقية ان ترفع جوازات السفر بين سوريا والعراق لان الجوازات في رأي الجريدة في واقع الأمر ليس إلا إشكاليات بسيطة إذا ازيلت لابد ان تزدهر الحركة الاقتصادية والفكرية في مختلف نواحيها وتعمل على وفق الهجرة الخارجية وتحقق من اثر العطالة بزيادة الانتاج واكثر المشاريع الجديدة التي تجد لها سوقا واسعا لعرضها وما يخص التعليم بين سوريا والعراق وتوحيد المناهج الدراسية بينهما وهذه النتيجة التي نطالبها اليوم تقوم على وحدة آثارنا الأدبية وتاريخنا الأدبي المتمائل وتعمل على التقارب الثقافي الذي ننشده والذي يؤدي إلى امتزاج الثقافة العامة ورقيا ويخلق وعي اجتماعيا كبيرا يدعمه العمل على مكافحة الأمية ونشر التعليم بين أكتية السكان وطالبت بعض الصحف العراقية بتوحيد نظام النقد والنظام المالي بين جميع الأقطار العربية والفكرة في الوقت الحاضر نعتقدها أن ليست عملية إلى الحد التي تكون بموضع التطبيق ولكنها جديرة بالدرس والاعتبار(54)

جدول رقم (3) يوضح فيه الفئة الرئيسة لصورة الاتجاهات للوضع الاجتماعي لانقلاب بكر صدقي في جريدة الأهالي والتي انضوت تحتها الفئات الفرعية بمراتبها وتكرارها ونسبها المئوية وبالشكل التالي:

ت	المرتبة	الفئة الفرعية	تكرارها	النسبة المئوية
1	الاولى	العمل على بناء السكن الصحي وتطوير المدن	18	40,09%
2	الثانية	رفع كفاءة الخدمات الصحية والتنمية الاجتماعية	15	34,19%
3	الثالثة	الدعوة إلى معالجة الفقر وإنقاذ الحياة في القرى والأرياف	11	25%
		المجموع	44	100%

أولاً: من جدول رقم (3) تبين ان الفئة الفرعية (العمل على بناء السكن الصحي وتطوير المدن) قد جاءت في المرتبة الاولى بواقع (18 تكرار وبنسبة 40,9%).

الأمر الذي يوضح أن الجريدة دأبت على إظهار الجوانب الاجتماعية ولاسيما بناء السكن الصحي الذي يوفر السعادة إلى الأهالي ولاظهار الصورة الجلية لحكومة الانقلابيين في توفير العمل على هذا الأمر إذ نشرت الجريدة (بعنوان بيوت للعمال)

(يساورنا بهذه المناسبة اقتراح وهو أن تلجأ الحكومة إلى بناء عمارات كبيرة ذات طوابق عديدة تسكنها عوائل العمال مجتمعة في شقق واضحة خاصة ونعتقد ان هذا الاقتراح تستفيد منه الحكومة بإنشاء بنايات تسع عددا كبيرا من العمال لاشغلها، حيث ان اغلب إصابات العمال بأمراض المفاصل والصدر هي نتيجة للسكن في بيوت غير صحية وعدم دخول النور فيها كما إن المياه المستخدمة غير صحية) (55)

ان مشروع القرى العصرية من اهم المشاريع التي يجب ان تقوم بها الدولة لتعديل الحياة في الارياض والقرى تبديلا يجدد فيها الحياة وتبعث النشاط ان قيام الدولة بتأسيس هذه القرى واسكان القرويين فيها يجعل الاهليين يشعرون ان الدولة تخدم مصالح الاكثية فتكون

عند اذ الرابطة بين الحكومة والشعب فتوحد الجهود في سبيل التقدم المستمر لهذه البلاد ويؤدي ذلك الى رفع المستوى العام للشعب صحيا وثقافيا (56)

ثانياً: وقد جاء في المرتبة الثانية في هذا الجدول هي الفئة الفرعية (رفع كفاءة الخدمات الصحية والتنمية الاجتماعية) بواقع (15 تكرار ونسبة 34,10%).

الأمر الذي أكدت عليه الجريدة لتبين جزءا من هذه الصورة من خلال هذه الفئة عبر مقالاتها المتكررة والمعتمدة لتحسين الحالة الصحية وتنمية المجتمع على أساس علمي ودعوة الجريدة في (إن أهم مايجب أن تقوم به لحل أي مشكلة اجتماعية يستلزم البدء في الدراسات المحلية التي تقدم لنا الدواعي الأساسية الصحيحة المطلوبة لحل المشكلات أو لحل أي مشكلة)(57)

ونحن إذ نطالب بضرورة إصلاح حالة المستشفيات ونعتقد ان هذا الإصلاح لا يكلف الشي الكثير مع ان فائدة كبيرة هذا بالنسبة لحالة الأهليين في بلادنا الذين هم بامس الحاجة الى المستشفيات)(58)

((اصبح الاقبال على تعاطي المسكرات ظاهرة اجتماعية خطيرة تميز المجتمع العراقي على حد معين ولاتنفرد بها على اي حال ولكنها بارزة فية الى درجة تستوجب الملاحظة والاهتمام لدراستها وتحليلها ومعرفة دواعيها ونتائجها وعلينا ان نقلل من عرضها ولا نزيد رسومها ومن ثم يجب على الحكومة ان تشجع الاهليين بفتح جمعيات ونوادي ونقابات يصرفون اوقاتهم في اعمال ثقافية وتربوية وخدمات اجتماعية تنفعهم وتنفع عوائلهم ومجتمعاتهم وتعمل على تقوية هذه المزايا الخلقية الحسنة التي هي عدة هؤلاء الرجال في اعمالهم لاجل تحصيل القوت لان استئصال اي عادة رديئة لايمكن ان يكون بالاكراه واتباع الطرق السلبية بل يجب ان يكون عن طريق الاعمال الايجابية التي تبعث في النفوس اليقظة والنشاط واهتماما في صرف الجهود على الاعمال الاجتماعية المفيدة التي تصرف

اهتمامهم عن فشل هذه الامور والتي ترد نفعا للحكومة والمجتمع الذي يلزم ان يتميز بجميع المزايا الخلقية الكريمة (في نهضته))

ثالثاً: وقد احتلت الفئة الفرعية (الدعوة الى معالجة الفقر وانقاذ الحياة في القرى والأرياف) المرتبة الثالثة بواقع (11 تكرار وبنسبة 25%).

وقد عمدت الجريدة ومن خلال مقالاتها العديدة اظهر صورة الدعوة الى معالجة الفقر وانقاذ الحياة في القرى والارياف ليعم الرفاه والسعادة بكل مناطق العراق التي حرم منها لسنين طويلة حسب ماتراه الجريدة واليوم تضع هذه المسؤولية في انقاذ الشعب من الفقر وبالأخص في المناطق الريفية وتحسين قراه وقد بين في هذا الشأن (انشاء القرى العصرية لرفع مستوى القرويين ان الواد الاعظم للاكثية الساحقة تسكن الاحياء والارياف والقرى غير المعمورة التي ضلت على حالتها السابقة والتي نشأت عليها منذ قرون عديدة اذ نجد قرى بلادنا متاخرة غاية التاخر وفي درجة عالية من التردّي فليس الذنب على ساكنيها انما هو ذنب الادارة العامة التي لم تهتم بالسابق بشوارع المدن الكبيرة وتغيير المحلات التي يقطنها الخاصة دون العامة فادى ذلك الى ابقاء القرى في حالة سيئة طرقها سيئة معوجة وغير معبدة فيتأذى الساكن فيها من التعثر والروائح الكريهة اما البيوت فهي مبنية من الطين او اللبن في غير انتظام ولايجد فيها الساكن راحة وترى الحيوانات فيها محشورة الى جنب البشر ولا يدخل الهواء ونور الشمس للحجرات فتكون تلك المساكن مواقع للمكروبات فتتكاثر فيها وتفتك بالنفوس وتموت ولا يشفى الا الذي له مناعة قوية واشد ما يقاسية الريفيون والقرويون هو قذارة مياه الشرب اذ لا يوجد في اي قرية مشروع للماء فيضطر الاهليون الى شراب الماء القذر المملوء بالجراثيم والالوساخ (59).

جدول رقم (4) يوضح الفئة الرئيسة لصورة اتجاهات الوضع الاقتصادي والفئات الفرعية التي انطوت تحتها لانقلاب بكر صدقي في جريدة الاهالي مبينا المرتبة والتكرار والنسب المئوية لكل فئة وبالشكل التالي:

ت	المرتبة	الفئة الفرعية	تكرارها	النسبة المئوية
1	الاولى	العمل على انجاز وتنمية مشاريع النقل	14	37,84%
2	الثانية	تبني سياسة اقتصادية لزيادة الجماهير وتحسين الوضع المعاشي	12	32,43%
3	الثالثة	تشغيل المشاريع التنموية واستثمار الموارد	11	29,73%
		المجموع	37	100%

أولاً: احتلت الفئة الفرعية (العمل على انجاز وتنمية مشاريع النقل) المرتبة الاولى بواقع 14 تكرار وبنسبة 37,84%.

لم تترك جريدة الأهالي هذا القطاع الا وركزت عليه في أكثر من مناسبة ففي ما يخص وسائل النقل في العاصمة كتبت ((اننا نرى وجوب العناية في الإسراع بمشروع الباصات للتخفيف عن عائق سكان العاصمة كثيرا من الصعوبات التي يلاقوها في تنقلاتهم الضرورية في الوقت الحاضر)) (60).

كما انها لم تترك مشاريع النقل الكبيرة مشروع الميناء والكمرك والسكك الحديدية حيث اقترحت دائرة الكمارك البصرة في شق نهر بمسافة نصف ميل من مصب الفاو حيث يمر في نهاية خط حديدي بمسافة ميل ونصف الى مواقع معامل الملح وترغيب دائرة الميناء في توسيع قاعدتها البحرية في الفاو في أرصفة بواخر النقل الكبرى الذي يتعذر دخولها شط العرب ومد خط سكة حديد من المعقل إلى الفاو ويكون من شأنه ربط قرى البصرة

بعضها بعضا ولمركز اللواء ويسهل نقل البضائع التي تنقل من بلدة الفاو الى البصرة وكافة أنحاء العراق وقد قامت وزارة الاقتصاد والمواصلات بذلك وقد اتجهت النية لتحقيق هذا المشروع في القريب العاجل حيث تمتد سكة حديد العراق من البحر في الجنوب الى اخر الحدود في الشمال ويتصل العراق بخط تركيا السريع)) (61)

ثانياً: احتلت الفئة الفرعية (تبني سياسة اقتصادية لرفاه الجماهير وتحسين الوضع المعاشي) المرتبة الثانية بواقع (12 تكرار وبنسبة 32,43%) بينت الجريدة صورة للانقلابيين بكيفية تبني سياسة تعتني بمواردنا الاقتصادية ((يجب ان نعتني بموردنا الاقتصادية وعلى أساس المشاريع الإنتاجية التي لا يحصل تقدمنا الا عليها وكلما عم الرفاه لشعبنا كلما تقدم من حيث قوته أو من ناحية حصانته الاجتماعية, والفكرية, والانتعاش الاقتصادي يركز بطبيعة الحال إلى استثمار مرافق بلادنا الطبيعية, زراعية كانت , او صناعية وهذا كله ينتج الرفاه الذي نبتغيه لشعبنا وان يجعله قريباً جداً من الاستقلال الاقتصادي الذي لاتعرف له معنى اليوم اكثرية حكومات المشرق العربي)) (62).

ان الانقلابيين لم يتركوا هذا الجانب بمجرد اصلاحات او تحسينات وانما ركزوا على الاصلاح الجذري والقيام بتنمية شاملة في ما يخص التنمية فقد ذكر في اعلاه مركزة على المشاريع التنموية واستثمار الموارد (ساعية لترقية الشعب على اساس جعل مستوى الحياة يكفل لكل فرد الحصول على حاجته الضرورية المادية والمعنوية كحد ادنى ويضمن له الحصول على الحاجات الكمالية بقدر ما تسمح به الثروة العامة) (63).

وترى الجريدة في توضيح صورة الاصلاحات الانية للفرد والمجتمع بان تجعل الدولة من اعمالها ما يأتي :-

- 1- تهيئة السكن الصحي لمن لاسكن له من المعوزين.
- 2- ان يكون دخل كل فرد يكفل له الحصول على الغذاء الصحي.

3- ان يسعف العاطلون عن العمل بالاعانات.

4- ان تجهز الدولة الشعب بالاطباء والمؤسسات الصحية لكي يكون بإمكان الطبقة الفقيرة ان

تتداوى وتتطبب على حساب الدولة

وهذا ضروري برفع مستوى الاهليين الاقتصادي والمعاشي وهو حق من حقوق الشعب.

ثالثا :- جاءت الفئة الفرعية (تشغيل المشاريع التنموية واستثمار الموارد) في المرتبة الثالثة بواقع (11

تكرارا وبنسبة 29,73%).

حيث بينت جريدة الاهالي ان المشاريع التنموية واستثمار الموارد في البلاد هي من اهداف الانقلابيين

والذين يرومون التطور الاقتصادي في استثمار الموارد والذي ينعكس ايجابيا على حياة الفرد والمجتمع

حيث كتبت فيما يخص حيانتنا الاقتصادية في سياسة الانقلابيين في هذا الشأن ((على هذا فالحكومة

الاصلاحية تعد الميزانية وتدرس المشاريع ونامل منها ان تكون المشاريع الانتاجية بما فيها الزراعية

,الصناعية و الانشائية ضامنة خيرا لجموع رفاهية معبرة عن خوالج مايدور في الصدور من امان تتعلق

في الحياة المعيشية اليومية يصعب على الكثيرين ان يامنوها ولا يمكنهم تضمينها الا بعد جهود شاقة

جدا توفر لبناء اليات وطننا الاقتصادي بعد القيام بهذه المشاريع :-

1-مشروع الاسمنت

2-مشروع الجص (64).

جدول رقم (5) يوضح فيه الفئة الرئيسة لصورة اتجاهات الثقافية والتسليم، والتي الفئات الفرعية

وبالشكل التالي:

ت	المرتبة	الفئة الفرعية	تكرارها	النسبة المئوية
1	الاولى	التأكيد على مكافحة الأمية وبناء المدارس	11	37,93%
2	الثانية	تدعيم الثقافة وترسيخ القيم العليا للمجتمع	10	34,48%
3	الثالثة	تنشيط الحركة الادبية	8	27,59%
		المجموع	29	100%

أولاً: — احتلت الفئة الفرعية (تأكيد على مكافحة الأمية وبناء المدارس) المرتبة الأولى بواقع (11)

تكراراً وبنسبة 37,93%) الأمر الذي تبينه الجريدة لنا ان الانقلابيين (سعوا من الوهلة الأولى على رفع

الوعي للشعب من خلال مكافحة الأمية وبناء المدارس وهي كانت عازمة على محاربة الجهل والظلم

فقد أقرت التعليم الإجباري في العراق ومكافحة الأمية وهذا يعطينا دليلاً على إصرار الانقلابيين في

محاربة الجهل كما أكدوا على تعليم المرأة ومنحها فرصة التعلم الى جانب اخيها الرجل واعدته حقاً لا

يختلف عن حق الرجل)) ويقولون ما دمننا (نسمح للرجل ان يتعلم نسمح للمراه بان تتعلم الى ابعد

حد تستطيعه وإلزاماً علينا أن لا نمنع المرأة عن دخول اي دورة ومدرسة ترى في نفسها الرغبة والكفاءة

لتلقي دروسها ولا ننكر ان المرأة وجدت لتكون من البشر ولتعتني بمنجزاتها) (65)

ثانياً :- احتلت الفئة الفرعية (تدعيم الثقافة وترسيخ القيم العليا للمجتمع) المرتبة الثانية بواقع (10

تكراراً وبنسبة 34,48%).

((ركزت الجريدة لاضهار هذه الصورة لاهتمام الانقلابيين في تدعيم الثقافة والنهضة الاجتماعية من خلال ترسيخ القيم العليا للمجتمع وبيان الهوية العربية العراقية التي يتميز بها الشعب العراقي)) (66) وان التهذيب دعوا اليه ليكون شعبيا لان من المؤلم حقا ان نجد اكثرية الاهليين محرومين من وسائل التهذيب وعلية ارتاوا ان تكون هذه الوسائل على اساس شعبي يكون متغلغلا في صميم الاوساط الشعبية ان وسائل التثقيف والتنوير تقوم في المؤسسات الشعبية والافلام السينمائية التهذبية والنوادي الاهلية والاماكن العامة ولكي ما يكون الانتفاع من هذه الوسائل حقيقيا يجب ان نكافح الامية مكافحة جدية وتخصص لها ميزانية الدولة مخصصات وفيرة (67)

ثالثا :- احتلت الفئة الفرعية (تنشيط الحركة الأدبية) المرتبة الثالثة بواقع (8 تكرارا وبنسبة 27,59%).

وبينت الجريدة من خلال هذه الصورة لهذا الاتجاه من ان الانقلابيين اكدوا على تنشيط الحركة الادبية وبعث النهضة الثقافية حيث اكدوا ((قد يظن بعض الناس ان العمل على بعث النهضة الادبية ياتي في الدرجة الثانية بالنسبة للاعمال الكبيرة الملقاه على عاتق الوزارة الا اننا نعتقد ان العمل للصالح العام ينبغي ان يكون في ضمنة تشجيع الادب وبعثه وان الوزارة قد احسنت عندما خصصت له في ميزانيتها مبلغا معيننا واننا نطالب ان تزيد من هذا الجهد الذي ابداه المؤلف العراقي وعلى الاخص من الناحية الادبية وليس يعني ذلك الفقر الثقافي الذي ترجع اسبابه بل هناك اسباب اخرى طغت حتى على الفئة التي يمكنها ان تقدم شيئا للعلم والادب ومن واجب الوزارة ان تعمل على افادة الكاتب واعداد القارى لكي تنتج من ذلك ادبا يعبر عن ميول هذه الامة الراغبة في التقدم والرقى (68).

جدول رقم (6) يوضح فية الفئة الرئيسة لصورة اتجاهات الوضع العسكري الفئات الفرعية التي تحتلها والمرتبة والتكرار والنسبة المئوية وبالشكل التالي:

ت	المرتبة	الفئة الفرعية	تكرارها	النسبة المئوية
1	الاولى	تعزيز الدور الوطني للجيش وتنمية القوات المسلحة	12	%44,44
2	الثانية	بيان مكانه واصلاح الشرطة ودورها في حماية القانون	8	%29,63
3	الثالثة	السعي في بناء القوة الجوية وتطويرها	7	%25,93
		المجموع	27	%100

أولاً: احتلت الفئة الفرعية (تعزيز الدور الوطني للجيش وتنمية القوات المسلحة) المرتبة الأولى بواقع (12) تكراراً ونسبة (%44,44).

وهذا ما سعت إليه جريده الأهالي لظاهرة كهدف من أهداف الانقلابيين أيماناً منهم بان الجيش هو أبن الشعب كما إن بناء الجندية العراقية جاء مستنداً إلى المعاني الوطنية السامية وليس جهازاً جمعياً (ويستهدف الانقلابيون في السياسة الداخلية تعزيز كيان الدولة ولا يمكن للثقة التي اكتسبها الجيش في حركاته التحررية التي ساهم بها مع الشعب والتي انتفضت ونورت الافكار في العراق على الظلم وقد هيأت الأفكار إلى القبول ومن المهم في هذا الباب ان تضاعف الجهود لتعزيز نفسية الجنود بالروح التحررية لان الجيش جزءاً من جموع الشعب وهذا الشعب يتوثب للتحرر من كل القيود الباغية سياسية واجتماعية واقتصادية ان الجيش قد يرهن في حركته التحررية الحسنة والمؤيدة لرغبة الجماهير انه ينظر إلى الأمام ويتطلب التقدم والنهوض بهذه المرحلة وانقاذها من عوامل الهبوط والتردي ان

رغبة الحكومة في تقوية الجيش فهي تريد ان يجهز الجيش بالسلاح العصري وان يعني اعتناء كبيراً في صنوفه ولا يقتصر هذا على الجيش وتقويته وبث روح الجندية لتعزيز كيان البلاد بل تتعداه الرغبة في تنظيمه وتنظيمه تنظيمياً صالحاً(69).

ثانياً: احتلت الفئة الفرعية (الشرطة ودورها في حماية القانون) المرتبة الثانية وبواقع (8) تكرارات وبنسبة (29,63%). لم تغفل الجريدة إظهار هذا الجانب بل أكدت عليه مرارا لان اصلاح الشرطة هو تقوية الجبهة الداخلية ولخدمة مصالح الشعب فقد وضحت الجريدة صورة الانقلابيين اتجاه إصلاح الشرطة بما يأتي

((أن إصلاح الشرطة من أهم الأسباب التي تجعل الناس يحسون ان هذه المؤسسة ماتكونت إلا لخدمة الشعب وراحته وان القيام بإصلاح الشرطة وتقوية الجيش على أساس مفاخرة مطالب الشعب لتقدمه وأعداد الناس في المنظمات للعمل المشترك لخير الشعب مما يسهل الإصلاحات الاجتماعية الكبيرة التي يحتاجها المجتمع)) (70)

((ومن المؤسف ان نقول ان نقص الثقافة في قيادات الشرطة سابقا عادت بالشرطة الى الوراء في التعليم التي سنت في الماضي التي تحتم على كل المفوظين والمعاونين عدم مغادرة مراكز الشرطة ليل نهار ثلاثة ايام متوالية وفي اليوم الرابع يمكنهم الخروج بعد الدوام صباحا جعلت عمل الشرطة عسيرا جدا وهل تعتقد ان شخصا باستطاعته الاشتغال (80) ساعة متتالية لكي يستريح (16) ساعة وهل في العالم امة قد سنت لابناءها مثل هذه القوانين. اننا نريد ان تسن قوانين جديدة تتناول اصلاح وتنظيم شؤون الشرطة في كافة النواحي وان تقلل ساعات العمل وان يعتنى في تثقيف الشرطة لكي تكون قادرة على القيام بواجباتهم وان تجري التحسينات في مراكز اعمالهم وان تجري الترفيعات من غير محاباة بانتظام وان يكافئ المخلصون في الخدمة وفي النهاية نريد رفع مستوى الشرطة علميا وادبيا وماديا)) (71)

ثالثاً: احتلت الفئة الفرعية (السعي في بناء القوة الجوية وتطويرها) المرتبة الثالثة بواقع (7) تكرارات وبنسبة (25,93%).

ان اظهار الجريدة لاهتمامات الانقلابين في بناء قوة الدولة جعلها تاخذ على عاتقها بناء هذه القوة المسلحة ايمانا منها ان القوة الجوية تحسم مواقف لمعارك كبيرة ((ولابد ان نقول اهم مظهر من مظاهر تعزيز الدفاع الوطني هو الاهتمام ببناء قواتنا الجوية التي اظهر نسورها قابليات فائقة في شتى الظروف والاحوال والذين ادلوا على ذكاء ومرونة في اعمالهم تدعو الى الاستبشار والتفكير للعمل في سبيل تعزيز القوة الجوية ((72)). ((ان جميع الدول تعتمد في الدرجة الاولى على قواتها الجوية وقد برهنت جميع حوادث العالم ان للطائرات اثرا بالغ في تسير مجرى الحوادث من كل ناحية ونقول هذا وندعوا الى تعزيز قواتنا الجوية تعزيزا كليا والتي يجب ان نعتمد عليها اعتمادا مباشرا عند حدوث اي مبادرة هجومية اننا نحي نسورنا وجنودنا اذ هم الذين يقومون للدفاع عن الشعب من كل ملمة ونرجوا ان يكون تعزيز قواتنا الدفاعية عظيما وحمانا وطمأنه من العدوان)) (73)

الاستنتاجات

1. أثبتت الدراسة التحليلية للفئات الرئيسة، بأن الاتجاه السياسي الذي جاء بالمقدمة على الاتجاهات الأخرى، وهذا دليل على أن الانقلاب جاء بفعل التأثيرات السياسية وأرتباطها بالطابع العسكري الذي شهدته بلداننا العربية في تلك الحقبة من الزمن.
2. أفرزت الدراسة التحليلية التي جاءت فيها الفئات الفرعية التي جاءت بمقدمتها تعزيز البناء الديمقراطي وإطلاق الحريات العامة والمساواة بين أبناء الشعب العراقي.
3. إن تأثير الاتجاه الاجتماعي له واقع فعال في تشكيل الصورة الذهنية، فجاء بالمقدمة العمل على بناء السكن الصحي وتطوير المدن.
4. ان الوضع الاقتصادي يلعب دوراً بارزاً في تشكيل الصورة الذهنية، حيث جاءت المؤشرات بالعمل على انجاز وتنمية مشاريع النقل.
5. يلعب المستوى العلمي والثقافي دوراً مهماً وبارزاً في تشكيل اتجاه الصورة الذهنية التي يتم التأكيد فيها على مكافحة الأمية وبناء المدارس.
6. جاءت الفئة الفرعية لاتجاهات الوضع العسكري الذي يعد صلب موضوع بحثنا في أهميته في تكوين الصورة الذهنية للانقلاب، إذ جاء تعزيز الدور الوطني للجيش وتنمية القوات المسلحة.

الهوامش

1. عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، (القاهرة: مطبعة دار الثقافة، 1990)، ص16
2. حميد جاعد الدليمي، أساسيات البحث المنهجي، (بغداد: شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004)، ص62.
3. حازم المفتي، العراق بين عهدين (ياسين الهاشمي، وبكر صدقي)، (بغداد: مكتبة اليقظة العربية، 1989)، ص85.
4. حازم المفتي، المصدر السابق، ص85 – 86.
5. عبد الرزاق الحسني، تاريخ الوزارات العراقية – الجزء الرابع، الطبعة الثالثة، (لبنان: د.ن، 1966م)، ص209.
6. جواد الظاهر، الوجيز في تاريخ العراق السياسي الحديث، ج2، (بيروت: مؤسسة الصفاء للمطبوعات، 2011)، ص113.
7. المحامي جواد ظاهر، المصدر السابق، ص114 – 115
8. حامد الحمداني، سبعون عاما على انقلاب الفريق صدقي، بحث منشور على الشبكة الدولية انترنت www.hamid-alhamdany.com - في 14-10-2006.
9. حازم المفتي، المصدر السابق، ص87 – 88.
10. المحامي جواد ظاهر، المصدر السابق، ص116 – 117.
11. حازم المفتي، المصدر السابق، ص90.
12. حازم المفتي، المصدر السابق، ص190 – 191.
13. نقلا عن علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات (القاهرة: عالم الكتب، 2005)، ص128.

14. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتب، 1983)، ص10.
15. إبراهيم الداوق، صورة الأتراك لدى العرب، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2001)، ص17.
16. أديب خصور، صورة العرب في الإعلام الغربي، (دمشق: المكتبة الإعلامية، 2002)، ص11.
17. نقلاً عن محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص336.
18. نقلاً عن علي عجوة، كريمان فريد: إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، م.س، ص128.
19. نقلاً عن علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتب، 1999)، ص8.
20. مؤيد قاسم الخفاف، الصورة الذهنية عن أمريكا في المجتمع العراقي بعد نشر صور تعذيب السجناء في أبي غريب، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي(43)، 2005)، ص39.
21. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعلوية، (عمان: دار جرير للنشر، 2005)، ص66.
22. محمد خليفة بركات، علم النفس التعليمي، (الكويت: دار القلم، 1994)، ص219.
23. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، م.س، ص7.

24. جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دن، 1978)، ص 94.
25. محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال، (الإسكندرية: دار المطبوعات الجديدة، 1994)، ص 63.
26. علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (القاهرة: عالم الكتب ط 3، 1983)، ص 145-146.
27. مي العبد الله سنو، الاتصال والديمقراطية، (بيروت: دار النهضة العربية، 2005)، ص 209.
28. يحيى محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الإسلامي (القاهرة: مكتبة الفرقان، ب ت)، ص 114.
29. علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، م س. ص 148.
30. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998)، ص 53-54.
31. محمود يوسف، كريمان فريد، فن العلاقات العامة، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2002)، ص 52.
32. علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، م.س، ص 139-140.
33. مهدي حسن زويلف، احمد القطامين، العلاقات العامة، (عمان: دار حنين، 1994)، ص 69.
34. محمد الصيرفي، الإعلام (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2009)، ص 5.

35. عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسة الإعلامية، (القاهرة: مكتبة المدينة، 1987)، ص99.
36. محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1997)، ص50.
37. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص154.
38. ملفين ل ديفلير، ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ط3، 1999)، ص358.
39. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، م.س، ص70.
40. محمد قراط، تشكيل الوعي الاجتماعي، (الكويت: مكتبة الفلاح، 2007)، ص39.
41. هادي الهيتي، في فلسفة اللغة والإعلام، (القاهرة: الدار الثقافية للنشر، 2007)، ص23.
42. موسوعة علم النفس، المجلد السابع، (بيروت: دار الراتب الجامعية، 2004)، ص8.
43. صالح أبو إصبع، تحديات الإعلام العربي، (عمان: دار الشروق، 1998)، ص71.
44. ملفين ل ديفلير، ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، م.س، ص359.
45. جيهان رشتي، الإعلام والمجتمع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، ص24.
46. احمد بدر، الاتصال بال جماهير، بين الإعلام والدعاية والتنمية، (الكويت: وكالة المطبوعات، 1981)، ص128 - 129.

47. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، م. س، ص121.
48. جريدة الأهالي العدد، 575، 3، أيار، 1937، ص1
49. الأهالي العدد 445 في 24 كانون ثاني 1936 ص 3
50. المصدر نفسه ص 3.
51. المصدر السابق، ص2
52. الأهالي، العدد 583، ص1
53. الأهالي، العدد 563 18 نيسان، 1937، ص1
54. الأهالي، العدد 573، 30 نيسان، 1937، ص1
55. الأهالي، العدد 451، 30 ت2، 1936، ص1
56. الأهالي، العدد 580، 8 أيار، 1937، ص1
57. المصدر نفسه، العدد 598، 30 أيار، 1937، ص1
58. الأهالي، العدد 451، 30 تشرين الثاني، 1936، ص1
59. الأهالي، العدد 586، 15 أيار، 1937، ص2
60. المصدر نفسه، العدد 611، 14 حزيران، 1937، ص1
61. الأهالي، العدد 573، 9 نيسان، 1937، ص1
62. المصدر نفسه العدد 446، 25 ن2، 1937، ص1
63. الأهالي، العدد 551، 4 نيسان، 1937، ص1
64. الأهالي، العدد 441، 19 تشرين الثاني، 1936 ص3
65. المصدر نفسه، العدد 546، 29 آذار، 1937، ص1
66. الأهالي، العدد 556، 10 نيسان، 1937، ص1

67. المصدر نفسه , العدد 445 , 24 ت 2, 1936 , ص1

68. الأهالي , العدد 510 , 11 شباط , 1937 , ص1

69. الأهالي العدد , 441, في 19 ت 2 (1937) ص1.

70. الأهالي، العدد 441، ن 2، 1937، ص1.

71. المصدر نفسه، العدد 499، 29 ك 2، 1937، ص1.

72. الأهالي، العدد 503، 3 شباط، 1937، ص1

المصادر والمراجع

اولا: الكتب

- 1- أبو إصبع، صالح، تحديثات الإعلام العربي، (عمان: دار الشروق، 1998)
- 2- الدليمي، حميد جاعد، أساسيات البحث المنهجي، (بغداد: شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004)
- 3- الدليمي، عبد الرزاق محمد، العلاقات العامة والعولمة، (عمان: دار جرير للنشر، 2005)
- 4- الداوقوي، إبراهيم، صورة الأتراك لدى العرب، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2001).
- 5- الهيّتي، هادي نعمان، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998)
- 6- الحسني، عبد الرزاق، تاريخ الوزارات العراقية — الجزء الرابع، الطبعة الثالثة، (لبنان: دن، 1966م)
- 7- الطنوبي، محمد عمر، نظريات الاتصال، (الإسكندرية: دار المطبوعات الجديدة، 1994)

- 8- الخفاف، مؤيد قاسم، الصورة الذهنية عن أمريكا في المجتمع العراقي بعد نشر صور تعذيب السجناء في أبي غريب، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي(43)، (2005)
- 9- الظاهر، جواد، الوجيز في تاريخ العراق السياسي الحديث، ج2، (بيروت: مؤسسة الصفاء للمطبوعات، 2011)
- 10- المفتي، حازم، العراق بين عهدين (ياسين الهاشمي، وبكر صدقي)، (بغداد: مكتبة اليقظة العربية، 1989)
- 11- الصيرفي، محمد، الإعلام (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2009)
- 12- بدر، احمد، الاتصال بال جماهير، بين الإعلام والدعاية والتنمية، (الكويت: وكالة المطبوعات، 1981)
- 13- بركات، محمد خليفة، علم النفس التعليمي، (الكويت: دار القلم، 1994)
- 14- ديفلير، ملفين ل، روكيتش، ساندرابول، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ط3، 1999)
- 15- حسن، عبد الباسط محمد، أصول البحث الاجتماعي، (القاهرة: مطبعة دار الثقافة، 1990)
- 16- حجاب، محمد منير، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)
- 17- خضور، أديب، صورة العرب في الإعلام الغربي، (دمشق: المكتبة الإعلامية، 2002)
- 18- رشتي، جيهان، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دن، 1978)

- 19- زويلف، مهدي حسن، القطامين، احمد، العلاقات العامة،(عمان: دار حنين، 1994)
 - 20- عجوة، علي، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات الحسني، عبد الرزاق، تاريخ الوزارات العراقية — الجزء الرابع، الطبعة الثالثة، (لبنان: د.ن، 1966م)
(القاهرة: عالم الكتب، 2005)
 - 21- عبد المجيد، يحيى محمد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الإسلامي (القاهرة: مكتبة الفرقان، ب ت)
 - 22- سنو، مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، (بيروت: دار النهضة العربية، 2005)
 - 23- قباط، محمد، تشكيل الوعي الاجتماعي، (الكويت: مكتبة الفلاح، 2007)
 - 24- كحيل، عبد الوهاب، الرأي العام والسياسة الإعلامية، (القاهرة: مكتبة المدينة، 1987)
 - 25- موسوعة علم النفس، المجلد السابع،(بيروت: دار الراتب الجامعية، 2004)
- ثانيا : الصحف

- 1- جريدة الأهالي العدد، 575، 3، ايار، 1937
- 2- الأهالي العدد 445 قي 24 كانون ثاني 1936
- 3- الأهالي ، العدد 583
- 4- الأهالي ، العدد 563 18 نيسان ، 1937
- 5- الأهالي ، العدد 573 ، 30 نيسان ، 1937
- 6- الأهالي ، العدد 451، 30 ت2، 1936

- 7 الأهالي , العدد 580 , 8 أيار , 1937
- 8 الأهالي , العدد 451 , 30 تشرين الثاني , 1936
- 9 الأهالي , العدد 586 , 15 أيار , 1937
- 10 الأهالي , العدد 573 , 9 نيسان 1937
- 11 الأهالي , العدد 551 , 4 نيسان 1937
- 12 الأهالي , العدد 441 , 19 تشرين الثاني , 1936
- 13 الأهالي , العدد 556 , 10 نيسان 1937
- 14 الأهالي , العدد 510 , 11 شباط , 1937
- 15 الأهالي العدد 441, في 19 ت 2, 1937)
- 16 الأهالي, العدد 441, ن 2, 1937
- 17 الأهالي, العدد 503, 3 شباط, 1937

المحتويات

الصفحة	العنوان	التسلسل
7	الفصل الاول صورة العراقي في المانيا	1
9	المقدمة	2
10	مشكلة البحث	3
10	فرضية البحث	4
10	هدف البحث	5
11	أهمية البحث	6
11	منهج البحث	7
11	طرائق البحث العلمي	8
11	الملاحظة	9
12	الاستبانة	10
13	اختيار عينة البحث	11
15	المبحث الثاني: الصور الذهنية أطار نظري	12
15	معنى مصطلح الصورة الذهنية وتاريخها	13
16	تعريف الصورة الذهنية	14
16	أهمية الصورة الذهنية في العلاقات العامة	15
18	المبحث الثالث تحليل نتائج الدراسة الميدانية	16
27	الخاتمة	17
29	الملاحق	18
31	الهوامش	19
33	المراجع	20
35	الفصل الثاني تحقيق نظريات العلاقات العامة في الجامعات العراقية	21
37	المقدمة	22

23	المبحث الأول: منهجية البحث	38
24	أولاً: مشكلة البحث:	38
25	ثانياً:- فرضيات البحث :	38
26	ثالثاً: هدف البحث	38
27	رابعاً: - أهمية البحث:-	38
28	خامساً :- منهج البحث :-	39
29	سادساً: اختيار عينة البحث	39
30	سابعاً :- طرائق البحث العلمي ((وسائل جمع المعلومات)):-	39
31	الملاحظه	39
32	الاستبانة	39
33	المبحث الثاني: نظريات العلاقات العامة (اطار نظري)	42
34	نظرية النظم	43
35	نظرية التنسيق	45
36	النظريه الموقفيه	45
37	نظرية المزايا التنافسية	46
38	نظرية الامتياز	46
39	نظرية مدخل الصراع	47
40	نظرية الحوار	48
41	المبحث الثالث :تحليل نتائج الدراسة الميدانية	50
42	تفسير نتائج البحث	58
43	الاستنتاجات	60
44	المقترحات	61
45	الهوامش	62
46	المصادر والمراجع	66

47	الملاحق	69
48	العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	72
49	مقدمة	72
50	المبحث الاول: منهجية البحث وتتضمن	75
51	اولاً: مشكلة البحث	75
52	ثانياً: اهمية البحث	75
53	ثالثاً: هدف البحث	75
54	منهج البحث ونوعه	76
55	خامساً: ادوات وطرائق البحث العلمي ((وسائل جمع المعلومات))	76
56	المحور الثاني: العلاقات العامة- اطار نظري ويتضمن.	77
57	تعريف العلاقات العامة:-	77
58	عمل العلاقات العامة	79
59	العلاقات العامة وبعض المفاهيم	81
60	المبحث الثالث: العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي ويتضمن:-	82
61	واقع ادارة العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي....	82
62	السياسة الاعلامية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	83
63	مهام النشاط الاعلامي	86
64	جمهور العلاقات العامة في الوزارة	87
65	مهام العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	88
66	اصدارات ادارة العلاقات العامة في مجال الاتصال	91
67	الاستنتاجات	92
68	الهوامش	94
69	المصادر والمراجع	97
70	الجداول والملاحق	99

71	الفصل الثالث صورة التدريس لدى طلبة الجامعات العراقية كلية الاعلام امودجا	103
72	مقدمة	105
73	المبحث الاول : الاطار المنهجي	107
74	اولا: مشكلة البحث	107
75	ثانيا : فرضية البحث	108
76	ثالثا : اهمية البحث	108
77	رابعا : اهداف البحث	108
78	خامسا : مجالات البحث	108
79	سادسا : منهج البحث ونوعه	109
80	سادسا : ادوات وطرائق البحث العلمي (وسائل جمع المعلومات)	109
81	تعريف بعض المفاهيم والمصطلحات	111
82	المبحث الثاني : الاطار النظري ويشتمل على	114
83	مفهوم الصورة الذهنية وتعريفها	114
84	اتجاهات الصور الذهنية	115
85	أنواع الصورة الذهنية	116
86	المبحث الثالث :تفريغ نتائج الاستبانة وتحليلها	119
87	اولا : البيانات العامة	119
89	ثانيا : تكوين الصورة الذهنية	121
90	الاستنتاجات	131
91	المقترحات والتوصيات	132
92	الهوامش	133
93	المصادر والمراجع	136
94	الفصل الرابع العلاقات العامة وبرامج ادارة الازمات في المؤسسات الصحية ازمة مرض	139
95	مقدمه	141

143	المبحث الاول : الاطار المنهجي ويشمل	96
143	اولا : موضوع البحث	97
143	ثانيا: مشكلة البحث	98
143	ثالثا: اهمية البحث	99
144	رابعا:هدف البحث:	100
144	خامسا :فرضية البحث	101
144	سادسا :منهج البحث ونوعية	102
145	سابعا: مجالات البحث	103
146	ثامنا: طرائق البحث العلمي (وسائل جمع المعلومات)	104
146	تاسعا : طريقة التحليل	105
146	عاشرا : تعريف المفاهيم والمصطلحات المشابهة للازمة	106
149	المبحث الثاني :الاطار النظري (ادارة الازمات)	107
151	اسباب نشوء الازمات	108
152	اسس تصنيف الأزمة	109
154	أنواع الأزمات	110
156	مراحل الازمة	111
159	مراحل إدارة الأزمة	112
161	متطلبات إدارة الأزمات	113
161	طرق التعامل مع الأزمة	114
165	عوامل نجاح إدارة الأزمات	115
167	المناهج العلمية في دراسة الازمات	116
175	المبحث الثالث : الدراسة المسحية	117
184	الاستنتاجات	118
186	التوصيات والمقترحات	119

187	الهوامش	120
191	المصادر والمراجع	121
195	الفصل الخامس الصورة الذهنية لانقلاب بكر صدقي في الصحافة العراقية دراسة تحليلية	122
197	مقدمة	123
199	المبحث الأول: الإطار المنهجي ويتضمن:	1124
199	أولاً: مشكلة البحث	125
199	ثانياً: أهمية البحث	126
200	ثالثاً: أهداف البحث:	127
200	رابعاً: مجالات البحث	128
200	سادساً: طرائق البحث العلمي (وسائل جمع المعلومات)	129
201	سابعاً: عينة البحث	130
202	المبحث الثاني : الإطار النظري ويشمل	131
202	أولاً: انقلاب بكر صدقي	132
213	ثانياً الصورة الذهنية	133
221	وظائف الصورة الذهنية	134
222	خصائص الصورة الذهنية	135
224	عوامل بناء الصورة الذهنية للمؤسسة	136
225	وسائل الإعلام وبناء الصورة الذهنية	137
229	المبحث الثالث: الإطار التحليلي	138
245	الاستنتاجات	139
246	الهوامش	140
251	المصادر والمراجع	141

تعد العلاقات العامة من الانماط الاتصالية المهمة التي تسعى المؤسسات بمختلف انشطتها وتوجهاتها وبرامجها لاستعمالها بشكل دائم بهدف رسم او بناء او تشكيل او تغيير الصورة الذهنية وازالة عوامل سوء الفهم بين المؤسسات وجمهورها لداخلي والخارجي لان المؤسسات بحاجة الى ان تكون صورتها حسنة او على الاقل مقبولة في اذهان جمهورها لكي تضمن استمرار تعامل الجمهور معها والتعرض والتعامل مع السلع والخدمات التي تقدمها وحثهم على التواصل معها لكي لا يتركوا المؤسسة ويتعاملوا مع مؤسسات اخرى قريه او بعيدة عن نشاط تلك المؤسسة الاولى التي كان الجمهور يتعامل معها لذلك تحتاج المؤسسات ان تكون حاضره على الدوام امام الجمهور وذلك بان تضعه بشكل دائم في حساباتها وذلك من خلال اعداد البرامج الخاصة بالمحافظة على الصورة الذهنية للمؤسسة لان المهم في تلك البرامج هو المحافظة على تلك الصورة وعدم الاكتفاء ببنائها او رسمها لأنها اي الصورة الذهنية قابله للرسم وقابله للتغير لذلك يجب دائما العمل على ادامة الصلة مع الجمهور للمحافظة على تلك الصورة.



daramjadbooks
daramjadbooks
amjadbooksdp

Tel: +9624652272
Fax: +9624653372

Mob: +962796914632
+962799291702
+962796803670

dar.amjad2014dp@yahoo.com
dar.alimajd@hotmail.com
daramjadbooks@gmail.com

دار امجد للنشر والتوزيع
عمان الأردن وسط البلد مجمع الفحيحيل الطابق الثالث